



Bachelorarbeit

Nora Abas

**Die Nutzung des Internets für Fußball-Kids-Clubs am Beispiel des
Hamburger Sport-Vereins e.V.**

- Beurteilung und Ausblick auf Internetseiten für Kinder

**The use of the internet by soccer kids clubs using the example of
the “Hamburger Sport-Verein e.V.”**

- Evalutaion and future prospects of websites for children

Eidestattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Hamburg, 31.01.2010

Fakultät Medien

BACHELORARBEIT

**Die Nutzung des Internets für Fußball-Kids-Clubs am
Beispiel des Hamburger Sport-Vereins e.V.**

**– Beurteilung und Ausblick auf Internetseiten
für Kinder**

Autor:

Nora Abas

Studiengang:

Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:

AM07wJ2-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:

Dipl.-Betriebswirt (BA) Jochen Langbein

Mittweida, Januar 2011

Bibliographische Beschreibung

Abas, Nora:

Die Nutzung des Internets für Fußball-Kids-Clubs am Beispiel des Hamburger Sport-Vereins e.V. – Beurteilung und Ausblick auf Internetseiten für Kinder. – 2011 - 82 S. Hamburg, Hochschule Mittweida (FH), Fakultät Medien, Bachelorarbeit.

Referat

Der Internetauftritt ist das Aushängeschild eines jeden Unternehmens. Im Zuge der Kommerzialisierung vermarkten sich heutzutage auch Fußballvereine auf diesem Weg. Eine frühzeitige Bindung der Kunden bzw. Fans spielt bei der Vermarktung eine zunehmend wichtigere Rolle. Die Fußball-Kids-Clubs kümmern sich in diesem Zuge um die Bedürfnisse der Kinder. Demzufolge benötigen sie einen Internetauftritt, speziell auf Kinder zugeschnitten.

Die Nutzung und Beurteilung der Internetseiten für Kinder ist Kern dieser Bachelorarbeit. Unter Berücksichtigung des Status Quo wird ein Ausblick auf die Möglichkeiten gegeben. Gleichzeitig werden dem Kids-Club des Hamburger Sport-Verein e.V. die bestehenden Handlungsoptionen aufgezeigt.

Danksagung

Die Erarbeitung einer solchen Arbeit hängt von vielen Einflussfaktoren ab. Die Unterstützung, die man erhält spielt dabei eine entscheidende Rolle. Aus diesem Grund möchte ich die Gelegenheit nutzen mich an dieser Stelle zu bedanken.

Mein Dank gilt meinem Erstprüfer Prof. Dr. Gwosc und meinem Zeitprüfer Jochen Langbein. Beide haben mir in den letzten Wochen Rede und Antwort gestanden und sind nicht müde geworden meine Arbeitsschritte durch konstruktive Gespräche zu begleiten.

Ebenso möchte ich mich beim Hamburger Sport-Verein e.V. für die zur Verfügung gestellten Informationen bedanken.

Zu einem guten Informationsfluss haben ebenfalls die durch SPORTFIVE gestellten Studien beigetragen sowie die durch den Medienpädagogischen Forschungsverband bereitgestellten Studien und Grafiken.

Aber auch den Verantwortlichen der Kids-Clubs der 1. und 2. Bundesliga, die sich die Zeit genommen haben meine Fragen in schriftlicher oder mündlicher Form zu beantworten, gilt mein Dank. Dazu gehören DSC Arminia Bielefeld, Borussia Dortmund, FC St. Pauli, 1. FC Kaiserslautern, 1. FSV Mainz 05, Rot-Weiß Oberhausen, SC Paderborn, TSV 1860 München, VfB Stuttgart, Fortuna Düsseldorf, Bayer 04 Leverkusen und der 1. FSV Frankfurt.

Einen wichtigen Beitrag bei der Fertigstellung dieser Arbeit haben aber ebenso meine Freunde, Kommilitonen und meine Familie geleistet, deren Unterstützung diese Arbeit mit trägt. Um nur ein paar Namen zu nennen Dirk Mende, Anna Eisen und Vera Spratte.

Meine Eltern, die mich nicht nur bei dieser Arbeit unterstützt haben, sondern bereits mein ganzes Leben, gilt ein besonderer Dank. Das gleiche gilt für meine beiden Schwestern, Sahra und Nadja. Besonders Sahra hatte in letzter Zeit immer ein offenes Ohr für mich.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis.....	8
1. Einleitung.....	9
2. Der HSV Kids-Club.....	11
2.1. Das HSV Kids-Marketing.....	11
2.2. Der HSV Kids-Club.....	14
2.2.1. Was ist der HSV Kids-Club?.....	15
2.2.2. Die aktuelle Mitgliederstruktur.....	18
3. Das Potenzial des Internets.....	23
3.1. Das Internet und das World Wide Web.....	23
3.2. Der Bezug von Kindern zum Internet.....	25
3.3. Das Potenzial.....	34
4. Status Quo des Internetauftritts der Kids-Clubs.....	36
4.1. Die Kids-Clubs der 1. Bundesliga.....	36
4.2. Die Kids-Clubs der 2. Bundesliga.....	40
4.3. Die Kids-Clubs der englischen Premier League.....	42
4.4. Zwischenfazit.....	46
5. Beurteilung der Internetseiten für Kinder.....	48
5.1. Erstellung eines Beurteilungskatalogs.....	48
5.2. Anwendung des Beurteilungskatalogs.....	53
5.2.1. 1. FSV Mainz 05.....	53
5.2.2. FSV Frankfurt 1899.....	59
5.2.3. FC Chelsea.....	66
5.3. Beobachtungsresümee mit den sich auftuenden Grenzen.....	72
5.4. Handlungsoptionen für den HSV Kids-Club.....	75
6. Fazit.....	80
Literaturverzeichnis.....	83
Anhang	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Screenshot HSV Kids-Club Internetseite.....	18
Abbildung 2: Vergrößerung der Rubriken auf der Internetseite.....	18
Abbildung 3: Internetnutzer 2003 und 1998.....	27
Abbildung 4: Internet-Tätigkeiten 2008.....	30
Abbildung 5: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung.....	33
Abbildung 6: Splash-Screen-Mainz 05.....	54
Abbildung 7: Startseite 05er Kids-Club.....	54
Abbildung 8: Beispieltext Homepage Kids-Club Mainz 05.....	58
Abbildung 9: Splash-Screen FSV Kids-Club.....	60
Abbildung 10: Startseite FSV Kids-Club.....	61
Abbildung 11: Übersicht Textbeispiel FSV Kids-Club.....	64
Abbildung 12: Auszug Textbeispiel FSV Kids-Club.....	64
Abbildung 13: Startseite Bridgekids (Kids-Club FC Chelsea).....	67
Abbildung 14: Beispiel Text Bridgekids.....	70

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mitgliederstruktur allgemein.....	19
Tabelle 2: Mädchen im HSV Kids-Club.....	21
Tabelle 3: Übersicht Kids-Clubs 1. Bundesliga.....	39
Tabelle 4: Übersicht Kids-Clubs der 2. Bundesliga.....	42
Tabelle 5: Übersicht Kids-Clubs Premier League.....	45

1. Einleitung

Nicht nur Facebook, Twitter und Youtube sind populäre Kommunikationswege für Unternehmen, mit denen sie vor allem das jüngere Publikum erreichen wollen. Auch die firmeneigenen Internetseiten stellen die Tür zu den Kunden dar. Heutzutage müssen Firmen nicht nur präsent sein, sondern sich auch integrativ im Leben des Kunden engagieren. Sportvereine gehören ebenso zu diesen Unternehmen. Sie müssen stetig neue Mitglieder hinzu gewinnen und mit ihnen in Kontakt bleiben. Die meisten Sportvereine haben bereits erkannt, dass die Kinder von heute die Kunden und somit auch die Fans von morgen sind. „Kinder sind die besten Botschafter für eine regionale Verankerung, für eine indirekte Kommunikation mit den Eltern und für die Vermittlung von Werten.“, weiß Stefan Wagner, Marketingleiter des Hamburger Sport-Vereins e.V.. Das Marketing-Konzept der Vereine enthält inzwischen speziell für Kinder zugeschnittene Angebote. Dazu gehört auch der vereinseigene Kids-Club. Insbesondere in einer Zeit, die immer schneller wird, ist es wichtig, Kindern das Gefühl von Fairness, Teamgeist und Toleranz rund um den Fußball und das Stadion zu vermitteln. Dies gehört zu den wesentlichen Intentionen der Kids-Clubs.

Doch wie erreicht man die Kinder, die in der Generation Internet aufwachsen am effektivsten? Genau – über das Internet.

Das Potenzial des Internets für die Kids-Clubs der Fußballvereine, in diesem Fall vor allem für den Hamburger Sport-Verein e.V. (HSV) sowie der derzeitige Stand der Internetnutzung, ist Thema dieser Bachelorarbeit.

Als erstes befasst sich diese Arbeit mit dem Kids-Marketing des HSV und dem daraus resultierenden Angebot für Kinder. Der Kids-Club ist ein Teil dieses Angebotes und wird unter der Ziffer 2.2.1. näher betrachtet. Die Mitgliederstruktur unter Ziffer 2.2.2. stellt gleichzeitig die Zielgruppe dieser Arbeit dar.

Im weiteren Verlauf werden die Entstehung und das Potenzial des Internets erläutert. Inwiefern das Internet von den Fußballvereinen der 1. und 2. Bundesliga sowie der englischen Premier League bereits genutzt wird, zeigt das nächste Kapitel. Unterstützt werden die Beobachtungen durch einen Umfragebogen, der von den Vereinen der 1. und 2. Bundesliga beantwortet wird.

Auf Basis der bis dahin gewonnen Erkenntnisse sollen in Kapitel 5 Kriterien zur Beurteilung von Internetseiten für Kinder in einem Katalog zusammengefasst werden. Die Anwendung von diesem Beurteilungskatalog folgt unter Ziffer 5.2.1. bis 5.2.3., indem jeweils ein Verein aus der 1. und 2. Bundesliga sowie ein Verein aus der englischen Premier League als Beispiel ausgewählt wird. Die daraus resultierenden Ergebnisse geben auf der einen Seite Anhaltspunkte zur Einschätzung der Internetseiten wieder. Auf der anderen Seite zeigen sie aber auch konkrete Beispiele, die zur Verbesserung des Internetauftritts beitragen können. Was in diesem Fall für den HSV Kids-Club geeignet wäre, zeigt Ziffer 5.3.2. .

Diese Arbeit möchte zum einen den derzeitigen Entwicklungsstand aufzeigen und zum anderen mit den gewonnen Eindrücken einen Ausblick auf die Zukunft der Internetnutzung in diesem Bereich geben.

2. Der HSV Kids-Club

Um einen ersten Einblick in die Thematik von Kids-Clubs in Fußballvereinen zu vermitteln, wird im Folgenden das Kids-Marketing des Hamburger Sport-Vereins e.V. (im folgenden HSV) und dessen Arbeit vorgestellt. Hierfür wird eine Übersicht des Gesamtangebots des Kids-Marketings beim HSV gegeben, um anschließend auf die Besonderheiten und Intentionen des HSV Kids-Clubs näher eingehen zu können. Ferner wird die aktuelle Mitgliederstruktur des HSV Kids-Clubs erläutert. Gleichzeitig bietet diese Darstellung eine Grundlage für die folgenden Untersuchungen, da sich die zu betrachtende Zielgruppe über die Kids-Club Mitglieder definieren lässt.

2.1. Das HSV Kids-Marketing

Die Ursprünge des Kids-Marketings des Hamburger Sport-Verein e.V. datieren das Jahr 2003. Das exakte Datum ist der 24. August 2003. Dies war der Geburtstag von Dino „Hermann“ dem Maskottchen des HSV.¹ Neben dem Maskottchen gehören der HSV Kids-Club, die HSV-Fußballschule und die HSV-Kindergeburtstage zum sich speziell an Kinder richtenden Angebot des Vereins. Saisonbedingt gehören auch Weihnachtsfeiern oder aber ein Ferienprogramm mit zum Sortiment.

Im Herbst 2003 wurde die HSV-Fußballschule gegründet. Über sie werden die HSV-Fußballcamps und das Fördertraining organisiert.² In diesem Bereich erhalten die Kinder die Möglichkeit, ihr fußballerisches Können in einem Tages-, Übernachtungs- oder Torwartcamp oder beim Fördertraining zu verbessern. Das Angebot richtet sich sowohl an Jungen, als auch an Mädchen, wobei die Kinder mindestens sechs Jahre

¹ vgl. Interview mit Jochen Langbein, Leiter HSV Kids-Club vom 27. Oktober 2010 (siehe Anhang I).

² vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/fussballschule/fussballschule-verteilseite/>, 28.11.2010.

alt sein müssen. Die obere Altersgrenze liegt, ebenso wie beim HSV Kids-Club, bei 14 Jahren.

Die Unterschiede zwischen den Angeboten der HSV-Fußballschule liegen vor allem bei den verschiedenen Leistungen. Das Tagescamp (Dauer 4 bzw. 5 Tagen) und das Torwartcamp (2 Tage) beinhalten neben professionellen Trainingseinheiten und ein HSV-Fußballschulentrainingsoutfit, das Essen sowie Überraschungen wie der Besuch eines Spielers, des Maskottchen Dino Hermann oder das Kräfteressen an der Schussgeschwindigkeitsanlage.³ Zum Abschluss erhalten alle Teilnehmer eine Erinnerungsmedaille der HSV-Fußballschule. Die Camps werden von Trainern der Fußballschule geleitet. Bei den Übernachtungscamps erstreckt sich das Programm auf eine Rundumbetreuung mit Übernachtungen.

Ein weniger umfangreiches Angebot bietet das „2-Tagescamp“, bei dem es ebenfalls ein professionelles Training gibt. Enthalten sind aber wiederum HSV-Fußballschulentrainings-T-Shirt, Essen, Trinken, Erinnerungsmedaille und die bereits erwähnten Überraschungen.

Zusätzlich zu diesen Camps, die in den Ferienzeiten und an Wochenenden angeboten werden, gibt es noch das Fördertraining der HSV-Fußballschule. Es enthält sechs Trainingseinheiten à 75 Minuten und ein T-Shirt mit Namen und Nummer des Lieblingsspielers des HSV.

Anzumerken ist, dass zur Teilnahme an den Angeboten der HSV-Fußballschule keine Mitgliedschaft im HSV erforderlich ist. Vielmehr wird durch diese Angebote das Interesse am Verein geweckt. Die Suche nach Talenten ist dabei kein Schwerpunkt, sondern es genügt eine reine Fußballbegeisterung.⁴ Die Camps richten sich nicht nur an Kinder aus Hamburg. Die Veranstaltungsorte erstrecken sich über ganz Norddeutschland und sollen somit auch dort den HSV repräsentieren.

³ vgl. „Die HSV-Fußballschule begeistert!“ (Imagefilm):

<http://www.youtube.com/hamburgersv#p/search/7/GGzhM5UFMsY>, 28.11.2010.

⁴ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/meldungen/fussballschule/leistungen/>, 28.11.2010.

Der HSV geht aber nicht nur seinen jüngeren Fans entgegen. Im Rahmen des Kids-Marketings haben die Kinder ebenfalls die Möglichkeit, die Imtech Arena des HSV zu besuchen und dort ihren Kindergeburtstag zu feiern. Je nach Alter kann zwischen verschiedenen Programmen gewählt werden. Für die ganz Kleinen im Alter von vier bis sechs Jahren gibt es das Dino-Starter-Programm. Es besteht aus einem Essen, einer Stadionführung, Torwandschießen und verschiedenen kindergerechten Spielen, die in einem Zeitrahmen von 2,5 Stunden im Stadion stattfinden.⁵ Die etwas älteren Kinder können zwischen drei verschiedenen Modulen oder der HSV Schatzsuche wählen. Bei allen Modulen sind ebenso wie beim Dino-Starter-Paket ein Essen, eine Stadionführung und das Torwandschießen enthalten. Die verschiedenen Schwerpunkte des „Moduls 1“ mit dem Titel „Spiel und Spaß an der Arena“, des „Moduls 2“ „Spiel und Spaß in der Kids World“ und des „Moduls 3“ „Rallye durch das HSV-Museum“ unterbreiten für jedes Kind das passende Angebot. Während „Modul 1“ mehr auf Sportspiele und Bewegung setzt, stehen bei „Modul 2“ eher Basteln, Malen oder aber ein Tischkicker-Turnier im Vordergrund. Das „Modul 3“ beschäftigt sich vor allem mit dem HSV-Museum, in dessen Rahmen die Kinder an einem Quiz mit entsprechendem Schwierigkeitsgrad teilnehmen können.⁶ In allen Fällen besteht die Möglichkeit, zusätzlich vor dem HSV-Kindergeburtstagsprogramm noch „Soccer“ in einer naheliegenden Halle zu buchen.⁷

Die HSV-Schatzsuche wurde erst im Mai 2010 in das Angebot mit aufgenommen. Sie stellt ein „Best-Of“ der drei zuvor beschriebenen Module dar. Über einen Monitor werden dabei an verschiedenen Stationen Fragen von Spielern des HSV an die Kinder gestellt. Für die richtige Antwort gibt es altersgemäß einen Schlüssel oder einen weiteren Hinweis, der zum Schatz in der Arena führt.⁸ Die Schatzsuche dauert ebenso wie die genannten „Module 1 bis 3“ insgesamt drei Stunden.

⁵ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/meldungen/kindergeburtstage/allgemeine-informationen/>, 28.11.2010.

⁶ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/kindergeburtstage/die-module/>, 28.11.2010.

⁷ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/kindergeburtstage/kindergeburtstag-mit-soccer/>, 28.11.2010.

⁸ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/kindergeburtstage/die-hsv-schatzsuche/>, 28.11.2010.

Die Betreuung erfolgt in dieser Zeit durch einen Guide, der entsprechend geschult ist und durch das jeweilige Programm führt. Bei allen Kindergeburtstagsprogrammen besteht zudem die Möglichkeit, zusätzlich ein Treffen mit dem Maskottchen Dino Hermann zu buchen.⁹ Zum Abschluss gibt es für jedes Kind eine Tüte mit verschiedenen HSV-Give-Aways¹⁰. Das Geburtstagskind erhält zudem ein T-Shirt des HSV, um so eine zusätzliche Erinnerung an den Geburtstag bei seinem Verein zu haben.

Eine weitere positive Erinnerung soll das Maskottchen Dino Hermann vermitteln. Nach dem Kult-Masseur Hermann Rieger benannt, soll „Hermann“ in Gestalt eines Dinosauriers die Sympathie und Identifikation der Kinder mit dem HSV stärken.¹¹ Die Wahl eines Dinos als Charakter stellt zum einen die Tradition und zum anderen den sportlichen Erfolg dar, da der HSV als einziger Verein seit der Gründung der Bundesliga im Jahre 1963 in der 1. Bundesliga spielt.

Maskottchen werden vor allem von Kindern als witzig und lustig empfunden¹², was für die genannten Veranstaltungen eine gute Ergänzung darstellt. Das Maskottchen ist jedoch nicht nur in der Arena zu sehen, sondern ebenso auf Feiern von Erwachsenen wie zum Beispiel Hochzeiten, Geburtstagen, Sommerfesten oder Firmenevents.¹³ Ebenso darf Dino Hermann bei keinem Heimspiel des HSV fehlen.

2.2. Der HSV Kids-Club

Die weiterführenden Untersuchungen stellen den HSV Kids-Club detailliert vor, um ein genaueres Bild der Aktivitäten zu vermitteln. Darüber hinaus wird über die Mitgliederstruktur sowohl eine Zielgruppe definiert als auch die Entwicklung der Mitgliederzahlen dargestellt.

⁹ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/kindergeburtstage/dino-hermann/>, 28.11.2010.

¹⁰ Zu den sogenannten Give-Aways gehören ein HSV-Tattoo, HSV-Aufkleber, HSV-Stundenplan, HSV-Faltbus, HSV-Luftballons und Autogrammkarten der HSV-Spieler.

¹¹ vgl. SPORTFIVE-Studie (2005), S.14.

¹² vgl. ebenda.

¹³ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/dino/buchung/>, 28.11.2010.

Die Betrachtung konzentriert sich auf den Zeitraum von 2003, dem Gründungsjahr des HSV Kids-Clubs, bis 2010.

2.2.1. Was ist der HSV Kids-Club?

Der Hamburger Sport-Verein e.V. hat nicht nur erwachsene Mitglieder und Fans. Im HSV Kids-Club sind inzwischen schon rund 10.000 Kinder Mitglied, die zur Altersklasse 14 Jahre und jünger gehören. Die Mitgliedschaft im Kids-Club bedeutet gleichzeitig ein Mitglied des HSV zu sein.

Schon früh erkannte der HSV die Notwendigkeit, sich für Kinder mehr zu engagieren. Trotzdem war der HSV nicht der erste Fußballverein, der für die Jüngeren Initiative ergriff.¹⁴

Hertha BSC machte es mit seinem Kids-Club und Maskottchen vor. Der Sportrechtevermarkter SPORTFIVE, der sowohl für den Berliner Fußballclub als auch für den Hamburger Sport-Verein e.V. arbeitet, unterstützte diese Entwicklung. So wurde die Idee mit Hilfe von SPORTFIVE beim HSV etabliert.

Bis 2003 gab es zwar eine „normale“ Mitgliedschaft im HSV, aber kein speziell auf Kinder zugeschnittenes Angebot. „Der Hintergrund ist natürlich auch, die Mitgliedschaft für Kinder interessanter zu gestalten und sie schon früh zu binden!“, erklärt Jochen Langbein, Leiter des HSV Kids-Clubs.¹⁵ Laut der SPORTFIVE-Studie „Kinder am Ball“ entscheiden sich 37 % der Jungen und Mädchen bereits im Alter zwischen 6 und 9 Jahren für ihren Lieblingsverein.¹⁶

¹⁴ vgl. Interview mit Jochen Langbein vom 27. Oktober 2010.

¹⁵ ebenda.

¹⁶ vgl. <http://www.haz.de/Nachrichten/Sport/Fussball/Uebersicht/Wie-Fussballklubs-aus-Kindern-die-Kunden-von-morgen-machen>, 20.10.2010.

Neben den Vorteilen eines normalen Mitglieds¹⁷ sind es vor allem die verschiedenen Geschenke und Boni, die die Attraktivität einer Mitgliedschaft im Kids-Club steigern. Ein Willkommenspaket zu Beginn der Mitgliedschaft im Kids-Club gehört genauso dazu wie ein Namensschild an der HSV Kids-Club Wand. Aber auch verschiedene Aktionen begleiten die kleinen Fans durch die Saison. den sogenannten HSV Kids-Day, Weihnachtsfeiern, verschiedene Bastelaktionen und als besonderen Höhepunkt das Auflaufen mit einem Profi der HSV-Mannschaft bei einem Heimspiel auf das Spielfeld, was ein besonderes Privileg eines HSV Kids-Club Mitglieds darstellt. Damit jedes Mitglied des HSV Kids-Club eine Chance hat, gibt es jedes Jahr einen neuen Aufruf, bei dem sich die Mädchen und Jungen für die kommende Saison bewerben können. Nach einem Bewertungsverfahren werden die Kinder für das Einlaufen ausgewählt. Jedes Jahr gehen in etwa 500 Bewerbungen ein, wobei von Seiten des HSV Kids-Clubs darauf geachtet wird, dass jedes Kind eine Chance bekommt. Aus diesem Grund wird bei der Bewertung mit berücksichtigt, ob ein Kind bereits in den Jahren zuvor mit aufgelaufen ist oder nicht. Langbein weiß: „(...) dass es eben ein sehr wichtiges und bedeutendes Instrument ist, um die Kinder (eben auch) für den HSV zu begeistern.“

„Wir wollen aber auch Werte wie Fairness oder Toleranz vermitteln und pädagogische Arbeit leisten.“, erläutert der Leiter des Hamburger Kids-Clubs das Konzept.

Das Gleiche gilt für die Auswärtsfahrten. Die erste Fahrt ging 2005 nach Wolfsburg. Zwei Jahre später kamen Bielefeld und Hannover dazu. Inzwischen gehen die Auswärtsfahrten auch nach Berlin und Bremen. Für die nähere Zukunft soll nun auch FC St. Pauli als Auswärtsfahrt hinzukommen.¹⁸

¹⁷ Beinhaltet: Persönlicher Mitgliedsausweis, Dauerkarten zum Mitgliederpreis, Vorverkaufsrecht für Heim- und Auswärtsspiel, die HSV-Live frei Haus und volles Stimm- und Mitspracherecht (bei Kindern fällt dies den Erziehungsberechtigten zu).

¹⁸ vgl. Interview mit Jochen Langbein vom 27. Oktober 2010.

Bei der Werbung wird unverändert auf die HSV-eigenen Medien¹⁹ gesetzt. So wurde zur Einführung des Kids-Clubs keine große Kampagne gestartet. Lediglich die örtliche Presse bildete einen weiteren Kommunikationskanal. „Man muss bei Werbung und Kindern schon sehr vorsichtig sein.“, gibt Langbein zu bedenken. Aus diesem Grund setzt der Nordclub bei Kindern eher auf Mund-zu-Mund-Propaganda. „Dass die Kinder einfach ihren Freunden erzählen, wenn sie in die Schule kommen – Ey, (...) letztes Wochenende war ich mit dem Kids-Club bei einer Auswärtsfahrt in Hannover und das war total super.- Und das die anderen Kinder dann auch sagen – Cool, ich will auch in den Kids-Club! - (...) Also, das finde ich schon am wichtigsten.“, beschreibt der HSV Kids-Club Leiter den derzeitigen Umgang mit dem Thema.

Der bereits bestehende Internetauftritt des Kids-Clubs ist einfach, aber übersichtlich gehalten. Neben allgemeinen Informationen zur Mitgliedschaft gibt es eine News-Rubrik, in der Beiträge zu aktuellen Aktionen des HSV Kids-Clubs aufgeführt werden. Des Weiteren gibt es eine Fotogalerie, in der die Kinder Fotos von den verschiedenen Events oder Aktionen wiederfinden können. Im Download-Bereich stehen den Kindern drei verschiedene Bildschirmhintergründe sowie ein Stundenplan zum Download zur Verfügung.²⁰

¹⁹ Die HSV eignen Medien beinhalten, die HSV- Homepage, den HSV-Newsletter, die Stadionzeitschrift (HSVLive) und den eigenen TV-Channel (HSV TV), deren Beiträge von der Presseabteilung des HSV erstellt werden.

²⁰ vgl. <http://www.hsv.de/hsv-kids/kids-club/>, 28.11.2010.

Abbildung 1: Screenshot HSV Kids-Club Internetseite²¹

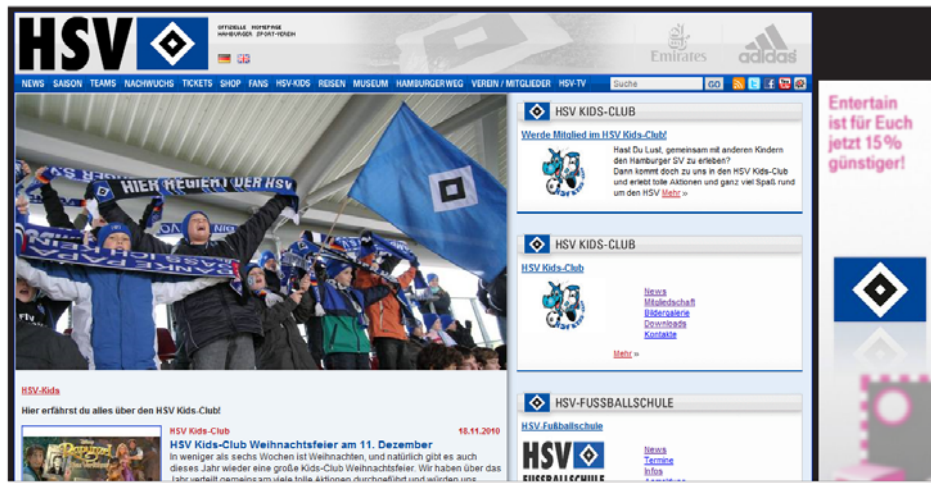


Abbildung 2: Vergrößerung der Rubriken auf der Internetseite²²



2.2.2. Die aktuelle Mitgliederstruktur²³

Beim HSV Kids-Club wird die Altersklasse 0 bis 14 Jahren angesprochen. Im Moment sind 9280 Kinder aus dreizehn Nationen Mitglieder

²¹ <http://www.hsv.de/hsv-kids/kids-club/>, 28.11.2010.

²² ebd.

²³ Stand: 01. Dezember 2010: Beinhaltet teilweise noch Kinder des Jahrgangs 1995, dessen Mitgliedschaft geht mit dem 15. Geburtstag automatisch in die Mitgliedschaft beim Supporters-Club über. Der Supporters Club ist die Fanggemeinde des Hamburger Sport-Verein e.V. und bildet sogar eine eigenen Abteilung im Verein.

des HSV Kids-Clubs. Neben Deutschland sind auch Belgien, Dänemark, Frankreich, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien, Ungarn und die Vereinigten Staaten vertreten. Von den 42 Mitgliedern mit einem ausländischen Wohnsitz kommen fast ein Viertel aus der Schweiz (siehe Anhang II).

Betrachtet man die 9238 inländischen Mitglieder, so ist in Tabelle 1 zu erkennen, dass gerade einmal 2598 von ihnen direkt aus Hamburg kommen. Der übrige Teil - und das sind immerhin 6725 Kinder - kommt aus dem Hamburger Umland.

Tabelle 1: Mitgliederstruktur allgemein²⁴

Anzahl der Mitglieder	Jungen	Mädchen	Hamburger	Nicht-Hamburger	Inland	Ausland
Total	7954	1326	2598	6725	9238	42
Prozent	85,7	14,3	28	72	99,5	0,5

Die am stärksten vertretene Altersgruppe sind die Kinder zwischen zehn und 13 Jahren; sie macht fast die Hälfte der Mitglieder aus (48,6 %). Die Altersgruppe der Neunjährigen mit 9,6 Prozent und die 14-Jährigen mit 9,9 Prozent gehören noch zu den besser vertretenen Gruppen. Die Anzahl der Mitglieder unter acht Jahre ist pro Jahrgang jedoch stetig fallend (siehe Anhang II).

Seit 2003 erkennt man einen klaren Anstieg beim Eintrittsdatum²⁵ der Kinder. Die nächste signifikante Steigerung der Mitgliederzahlen zeigt sich im Jahr 2006, was vermutlich auf die Fußball-WM 2006 in Deutschland und die Teilnahme des HSV in der Champions League zurück zu führen ist. Aber auch im Folgejahr ist dieser Einfluss noch klar, jedoch weniger ausgeprägt, zu erkennen (2006:14,1 % neue Mitglieder, 2007: 17,6 % neue Mitglieder). Im Jahr 2008 ist ein leichter Rückgang bei den Mitgliederzahlen zu registrieren. Dieser wird jedoch durch die

²⁴ Hamburger Sport-Verein e.V., Stand: 01.12.2010.

²⁵ Eintrittsdatum: Das Datum, an dem die Kinder Mitglied im HSV Kids-Club geworden sind.

Steigerung im Jahr 2009 wieder ausgeglichen. Im Jahr 2009 ist der bisher größte Zuwachs an Mitglieder des HSV Kids-Clubs zu verbuchen (19,9 % neue Mitglieder). Die entsprechenden Zahlen für das Jahr 2010 sind leicht rückläufig (-1,4 %, siehe Anhang II).

Ein wichtiger Aspekt ist nicht nur die Eintrittsquote der verschiedenen Jahre, sondern ebenso das Alter der Kinder zum Zeitpunkt ihres Eintritts. Die Konzentration fällt dabei auf die Jahre 2003 bis 2010²⁶, da lediglich für diese Jahrgänge eine Signifikanz festzustellen ist²⁷. Im Jahr 2003 stellt die Altersgruppe der Vier- bis Siebenjährigen allein 73 Prozent der neuen Mitglieder. Dieser zeigt sich genauso für das Jahr 2004. Der Schwerpunkt hat sich auf die Altersspanne sechs bis neun Jahre verschoben und schließt 64,5 Prozent der Kinder mit ein. Dieser verstärkt sich im darauffolgenden Jahr nochmals. Bei gleich bleibender Altersspanne gehören mittlerweile 79,1 Prozent der Neuzugänge zu dieser Altersklasse. 2006 beinhaltet die Altersspanne nun auch die zehnjährigen Kinder und erreicht somit einen Höchstwert von 83,4 Prozent. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass gerade einmal 16,6 Prozent der neuen Mitglieder in diesem Jahr 0 bis 5 bzw. 11 bis 14 Jahre alt sind. Neben dieser starken Altersgruppe (inzwischen sechs bis elf Jahre) ist im Jahr 2007 vor allem der Jahrgang der Neugeborenen besonders ausgeprägt. Allein 95 Kinder wurden bereits in ihrem ersten Lebensjahr von ihren Eltern im HSV Kids-Club angemeldet. Dies gilt genauso für 2008 (0 Jahre²⁸: 102 Kinder). Dennoch sind die Sechs- bis Elfjährigen am stärksten vertreten (70,4 %).

Für die Jahrgänge 2009 und 2010 verschiebt sich die Altersspanne noch einmal auf die Altersgruppe der Sechs- bis Zwölfjährigen. Im Jahr 2009 sind es somit 71,7 Prozent der Kinder, die in diesem Alter Mitglied im HSV Kids-Club geworden sind. Wird nun die Anmeldung der Neugeborenen betrachtet, stellt man eine verstärkte Registrierung durch die Eltern fest (132 Kinder unter 1 Jahr). Im Jahr 2010 sind es jedoch mit

²⁶ Zwar sind zurzeit auch Kinder Mitglied, die vor 2003 in den Verein eingetreten sind, jedoch sind diese Zahlen nicht signifikant genug und entsprechen nicht dem Untersuchungszeitraum.

²⁷ Tabelle siehe Anhang II.

²⁸ Die Kinder sind unter einem Jahr alt.

114 etwas weniger. Dafür sind drei Viertel der Neuanmeldungen zwischen sechs und zwölf Jahren.

Bei der Betrachtung der Geschlechterverteilung ist zu erkennen, dass selbst heute im 21. Jahrhundert manche Klischees erhalten bleiben. Nur 14,3 Prozent der HSV Kids-Club Mitglieder sind weiblich. Um zu überprüfen, ob die kleine Gruppe der Mädchen vom Gesamtbild abweicht, wird an dieser Stelle detaillierter auf sie eingegangen. Der Schwerpunkt der weiblichen Mitglieder liegt bei den 9- bis 14-Jährigen, wobei schon beim Jahrgang 2000 eine abfallende Tendenz zu sehen ist. Die älteren Jahrgänge 2000 bis 1996 sind jeweils mit rund 130 Mitgliedern vertreten. Die meisten der Mädchen sind in den letzten sieben Jahren Mitglied geworden. Ein klarer Sprung ist genauso wie bei den Mitgliedern insgesamt im Jahr 2006 zu erkennen. In diesem Jahr sind fast 90 Mädchen mehr als in den Jahren zuvor Mitglied im HSV Kids-Club geworden. Die Entwicklung ist ebenso im Jahr 2007 weiter steigend. Im Jahr 2007 sind es schon 100 Kinder, die sich ebenfalls für Kids-Club und somit auch für den HSV entschieden haben. In den darauffolgenden Jahren ist keine signifikante Veränderung festzustellen.

Tabelle 2: Mädchen im HSV Kids-Club²⁹

	Jahrgang															
	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
Anzahl der Mädchen aus diesem Geburtsjahr	8	131	134	128	136	138	104	80	83	73	50	55	73	60	47	26
Anzahl der Mädchen aus diesem Eintrittsjahr	0	0	0	1	2	1	1	0	13	32	65	150	250	254	289	268

Auf Grundlage der zuvor aufgezeigten Mitgliederstruktur ergibt sich die Zielgruppe dieser Arbeit. Zwar stellen die Mitglieder des HSV Kids-Clubs in ihrer Gesamtheit die Zielgruppe des HSV Kids-Clubs, das heißt, Kinder im Alter von 0 bis 14 Jahren. Allerdings stellen die Jungen und vor allem die Jahrgänge neun Jahre und älter die am stärksten vertretene Gruppe dar. Hinzu kommt, dass im Bezug auf Internetseiten die

²⁹ Hamburger Sport-Verein e.V., Stand: 01.12.2010.

Fähigkeit, lesen zu können, eine sehr wichtige Rolle spielt. Im Zusammenhang mit dem Schwerpunkt der Neuansmeldungen im Alter von sechs Jahren und älter wird auf dieser Altersklasse das Hauptaugenmerk liegen.

3. Das Potenzial des Internets

Im Folgenden wird auf die Entwicklungen im Bereich des Internets eingegangen. Der Schwerpunkt wird wiederum auf dem Zeitraum von 2003 bis 2010 liegen. Hinzu kommt, dass sich gerade in den letzten Jahren im Bezug auf das Angebot für Kinder im Internet viel weiter entwickelt hat. Mit immer früherem Lebensalter werden Kinder mit diesem Medium konfrontiert.

Dieser Rückblick ist nicht nur eine Zusammenfassung, sondern gleichzeitig zeigt dieser, wie schnell sich das Internet und das World Wide Web in das tägliche Leben integriert haben.

3.1. Das Internet und das World Wide Web

Das Internet oder, wie es eigentlich heißt, Interconnected Networks bezeichnet miteinander verbundene Netze. Heute stellt es das größte Rechnernetz weltweit dar. Es besteht aus internationalen, nationalen und regionalen Netzwerken.³⁰

Der Grundgedanke dazu entstand in den 60er Jahren zur Zeit des Kalten Krieges. Das amerikanische Militär erteilte ihren Wissenschaftlern die Aufgabe, ein elektronisches militärisches Netzwerk zu entwickeln, das einem Atomanschlag stand hält und somit weiterhin Informationen vermittelt werden können.³¹

Zur Umsetzung dieses Vorhabens gründete das US-Verteidigungsministerium die Advanced Research Projects Agency (ARPA). Die Behörde war zusammen mit ihrer Unterabteilung Information Processing Techniques Office (IPTO) für die Forschung auf dem Gebiet der Informationstechnologie zuständig. Verschiedene Projekte, die sich mit der Vernetzung von Computern beschäftigen, wurden in

³⁰ vgl. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Internet-Internet.html>, 27.01.2011.

³¹ vgl. <http://www.primeiro.de/kurs/internet/geschichte.shtml>, 18.11.2010.

diesem Zuge gefördert.³²

1969 kam es dann zum Zusammenschluss von den ersten vier Computerzentren, „(...)die Universität von Kalifornien in Santa Barbara mit einer IBM 360/75, das Stanford Research Institute mit einer SDS-940, die Universität von Utah mit einer PDP-10 und die Universität von Kalifornien in Los Angeles mit einer SDS Sigma-7.“³³ Auf das sogenannte ARPANET für Universitäten und dem MILNET für das Militär folgten in den USA weitere Netzwerke, die sich an dem identischen Prinzip orientierten. Verwendung für das Netzwerk fanden neben Universitäten und dem Militär auch die NASA, die Air Force, die National Science Foundation und der Wetterdienst. Aber auch im Ausland gab es Nachahmer. So entwickelte Großbritannien das IPLNET und Frankreich unter anderem das Cyclades.³⁴

Für die verschiedenen Netzwerke und die mit diesen verbundenen Netzwerken musste ein neues Netzwerkprotokoll entwickelt werden. „Im Oktober 1977 konnten durch das Protokollpaar TCP/IP³⁵ erstmals mehrere Computernetzwerke miteinander verbunden werden.“³⁶ Dieser Zusammenschluss unterschiedlicher Netze wurde schon bald als INTERNET bezeichnet.

Aber erst das World Wide Web, der beliebteste Dienst im Internet, machte es möglich, das Internet so zu nutzen, wie man es heute kennt. Den Anstoß dazu gab der Informatiker Tim Berners-Lee im Jahr 1989. Sein Anliegen war es, eine einheitliche Benutzeroberfläche zu erstellen, um den Informationsfluss und die Verwaltung von Daten und Do-

³² vgl. http://www.uni-duesseldorf.de/home/Fakultaeten/math_nat/WE/Psychologie/abteilungen/ddp/Dokumente/Publications/1997.Musch.Die_Geschichte_des_Netzes.html, 18.11.2010.

³³ ebd.

³⁴ vgl. Werner(2006), S.12.

³⁵ Transmission Control Protocol (TCP) und Internet Protocol (IP): Es besteht aus mehreren Protokollen, die für die sogenannte paketvermittelnde Datenübertragung im Internet zuständig ist. Ohne dieses Protokoll wäre keine weltweite Datenübermittlung möglich, (vgl. <http://www.netplanet.org/aufbau/tcpip.shtml>, 18.11.2010).

³⁶ vgl. Werner(2006), S.12.

kumenten zu verbessern.³⁷ Hierfür entwickelte er in Genf am europäischen Kernforschungszentrum CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) das Hypertextsystem, dessen Nutzung zunächst nur für interne Zwecke gedacht war. Es bildet die Grundlage für das heutige Prinzip des Aufbaus von Webseiten und der Verlinkung zu anderen Webseiten. Bis zum Mai 1991 programmierte Berners-Lee in diesem Rahmen „sowohl die Webserver-Software, um Inhalte im World Wide Web bereit zu stellen, als auch Browser, um diese Inhalte von vernetzten Rechnern abrufen und darstellen zu können.“³⁸ Um diese Informationen finden und transportieren zu können, entwickelte Berners-Lee den Uniform Resource Locator (URL) und das Hypertext Transport Protocol (HTTP). Bis zum Jahr 1993 entstanden auf diese Weise 130 Internetseiten. Bereits zehn Jahre später waren es schon 40936076 Seiten, die online aufrufbar waren.³⁹ Aber nicht nur die Anzahl der Seiten steigerte sich, sondern auch deren Vielfalt. Jeder Nutzer des Internets findet inzwischen ein ansprechendes Angebot.

3.2. Der Bezug von Kindern zum Internet

Die Entwicklung der Kinder im Umgang mit Computer und insbesondere mit dem Internet, wird von den verschiedensten Studien mit unterschiedlichen Kriterien untersucht. Diese Arbeit hat sich zur Betrachtung dieser Entwicklung auf die KIM-(Kinder und Medien, Computer und Internet) und die JIM- (Jugend, Information, (Multi-)Media) Studien der letzten sieben Jahre konzentriert. Erstellt vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, geben diese Studien einen Überblick über die Entwicklung der Nutzung des Internets von Kinder und Jugendlichen. Während die KIM-Studie sich auf die Altersgruppe von 6 bis 13 Jahre spezialisiert hat, liegt das Augenmerk der JIM-Studie auf der Altersgruppe von 12 bis 19 Jahren. Die Altersgruppe ist für die vorliegende Arbeit allerdings nur begrenzt nutzbar, da aufgrund der Zielgruppendifinition lediglich die Altersgruppe bis einschließlich 14 Jahre

³⁷ vgl. <http://www.netplanet.org/www/>, 18.11.2010.

³⁸ vgl. Werner (2006), S.14.

³⁹ vgl. Dieter, Jörg(2007), S. 37.

interessant ist. Dennoch werden die Ergebnisse für die Altersgruppe der 14- und 15-Jährigen mit einfließen, da bei dieser Studie beide Altersgruppen zusammen betrachtet werden.

Im Jahr 2003 war die am zweit häufigsten ausgeführte Freizeitbeschäftigung der Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren noch das Fernsehen schauen. Aber schon da zeigte sich, dass viele Kinder ein größeres Interesse an Computern und Sport haben. „Das Arbeiten, Spielen oder Lernen am Computer wird ebenso wie sportliche Betätigung von jeweils 19 Prozent der 6- bis 13-Jährigen als Lieblingsbeschäftigung genannt.“⁴⁰ Jedoch gibt es hier deutliche Unterschiede bei Jungen und Mädchen. So sind es bei den Jungen fast doppelt so viele, die Sport und Computer als ihre liebsten Freizeitbeschäftigungen angaben. Auffällig ist zudem, dass im Jahr 2003 bei den Themen, die für Kinder interessant sind, das Internet noch auf dem untersten Platz der Skala rangiert.

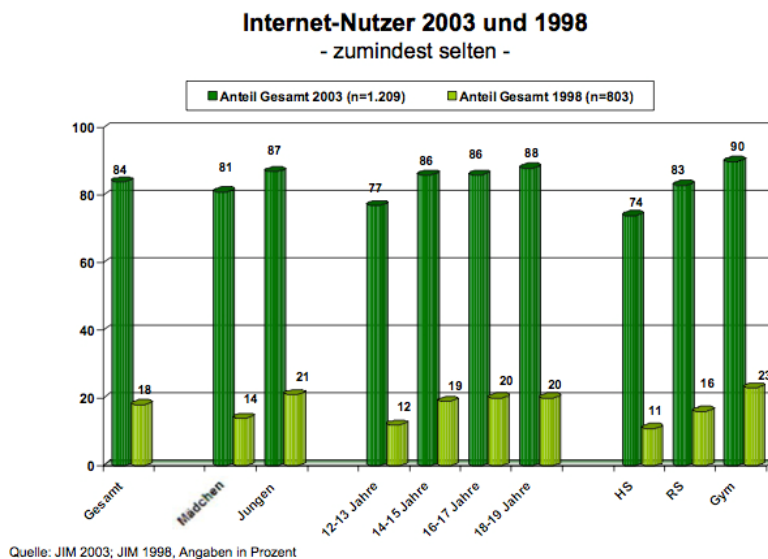
Insgesamt hat die Nutzung des Internets aber einen starken Aufschwung in den Haushalten zu verbuchen. So waren es 2000 erst 27 Prozent der Haushalte, die einen Internetzugang besaßen. Drei Jahre später hatte sich diese Zahl fast verdoppelt auf 57 Prozent. Jedoch verfügten zu diesem Zeitpunkt lediglich sechs Prozent der Kinder der Altersgruppe 6 bis 13 Jahre über einen eigenen Internetanschluss.

Vorrangig wurde der Computer damals aber noch zum Spielen, für die Schule oder aber für Lernprogramme genutzt. Das Surfen im Internet steht nur auf Platz sieben der Nutzung und damit hinter Malen und Zeichnen am Computer. Deutlich gestiegen ist die Anzahl der Kinder, die Erfahrung im Umgang mit dem Internet haben. Insbesondere die Mädchen zeigen zunehmendes Interesse. 11 Prozent der Mädchen haben bereits Erfahrung im Umgang mit dem Internet. Auffallend ist in dem Zusammenhang, dass die Kinder immer früher das Internet nutzen – im Jahr 2003 sind 27 Prozent der Internet-Nutzer jünger als zehn Jahre. Ebenso ist bei den Kindern zwischen 12 und 13 Jahren in den letzten fünf Jahren ein Anstieg der Internetnutzer festzustellen. Waren es 1998 noch zwölf Prozent, die das Internet nutzen, sind es 2003 be-

⁴⁰ vgl. KIM-Studie 2003, S.6.

reits 77 Prozent. Der Anstieg von 1998 zu 2003 wird in der Abbildung 3 für die älteren Kinder einmal detaillierter dargestellt. In der Altersgruppe der 14- und 15-Jährigen sind es sogar schon 69 Prozent, die von sich sagen, dass sie das Internet „täglich oder wenigstens mehrmals in der Woche“ nutzen.⁴¹

Abbildung 3: Internetnutzer 2003 und 1998⁴²



Die beliebtesten Anwendungen im Internet sind unter anderem Netzspiele, das Herunterladen von Spielen und Musikdateien oder Chatten. Dabei stößt das Chatten bei Jungen auf mehr Interesse als bei Mädchen. Mit zunehmendem Alter ist das Chatten bei den Kindern allgemein immer beliebter. So sind von den 14- und 15-Jährigen bereits 13 Prozent täglich in Chatrooms anzutreffen.

Noch sind die Kinder weniger festgelegt, was die genutzten Internetangebote angeht. So haben gerade einmal 17 Prozent der Kinder eine Lieblingsseite im Internet, die regelmäßig besucht wird. Allein 78 Prozent der Kinder können sich nicht auf ein bestimmtes Angebot festle-

⁴¹ vgl. JIM-Studie 2003, S. 32.

⁴² vgl. JIM-Studie 2003, S.33.

gen.⁴³

Im Zeitraum 2005 bis 2008 hat sich der Bezug der Kinder zum Internet weiter verstärkt.

Zum einen ist die Grundvoraussetzung für die Internetnutzung, der Besitz eines Computers oder Laptops, im Jahr 2005 bereits in 83 Prozent der Haushalte gewährleistet. Zum anderen haben die Anzahl, der mit Internetzugängen ausgestatteten Haushalte um fast ein Drittel im Vergleich zu 2003 zugenommen.⁴⁴ Dieser Eindruck wird durch einen weiteren Zuwachs im Jahr 2006 noch verstärkt – 81 Prozent der Haushalte besitzen zu diesem Zeitpunkt einen Internetzugang.⁴⁵

Die Nutzung des Computers hat sich in allen Altersklassen parallel dazu verstärkt. So sind es bereits ein Jahr zuvor, 2005, drei Viertel der Kinder insgesamt und allein 52 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen, die einen Computer zumindest selten nutzen.⁴⁶ Mit der vermehrten Computerpräsenz ist auch das Surfen im Internet beliebter geworden.

Im Jahr 2005 geben zwei Drittel der Kinder bis 13 Jahre an, mindestens einmal pro Woche im Internet zu sein.⁴⁷ Bei den Jugendlichen im Alter von 14 bis 15 Jahren ist die Nutzungsfrequenz noch höher – 71 Prozent sind mehrmals in der Woche bis täglich online.⁴⁸

„Insgesamt nutzen 59 Prozent der Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren das Internet zumindest selten und zählen im Folgenden zur Gruppe der Internetnutzer.“⁴⁹ Dabei sind es im Gegensatz zu 2006 fast zehn Prozent mehr der Sechs- und Siebenjährigen, die „zumindest selten“ im Internet „unterwegs“ sind. Ebenso ist ein Anstieg bei den Altersgruppen acht bis neun Jahre und zehn bis elf Jahre festzustellen. Nur bei den

⁴³ vgl. KIM-Studie 2003, S. 46.

⁴⁴ vgl. KIM-Studie 2005, S.15.

⁴⁵ vgl. KIM-Studie 2006, S.41.

⁴⁶ vgl. KIM-Studie 2005, S.27.

⁴⁷ ebd., S.40.

⁴⁸ vgl. JIM-Studie 2006, S.38.

⁴⁹ vgl. KIM-Studie 2008, S.38.

Älteren (12 und 13 Jahre) ist keine Steigerung bei der Internetnutzung zu erkennen; sie bleibt gegenüber 2006 unverändert. Mehr als die Hälfte der Kinder, die das Internet nutzen, sind bereits im Jahr 2008 eine halbe Stunde im Internet. Ein Drittel nutzt das Internet sogar zwischen 30 bis 60 Minuten täglich und 15 Prozent gibt an länger als eine Stunde „Online“⁵⁰ zu sein. Insbesondere die Altersgruppe 12 bis 13 Jahre (pro Tag ca. 84 Minuten) und 14 bis 15 Jahre (pro Tag 130 Minuten) zeigen hier einen deutlich stärkere Intensität.⁵¹

Aber auch inhaltlich Themen, für was sich die Kinder in ihrer Freizeit und im Internet interessieren, haben in den letzten Jahren ein Wandel widerfahren.

Bei den für Kinder interessanten Themen steigt das Internet im Jahr 2005 vom letzten Platz im Jahr 2003 drei Stufen nach oben. Damit lässt es Themen wie Autos Technik und fremde Länder hinter sich.

Auch im Jahr 2006 ist eine weitere Steigerung der Bedeutung des Internets nicht zu übersehen. Es ist das erste Mal, dass in der Kategorie „Themeninteresse 2006 - sehr interessiert“ das Internet extra aufgeführt wird. Immerhin 15 Prozent der Mädchen und 28 Prozent der Jungen konnten sich für das Internet begeistern. Aber auch das Thema „Sport“ ist nach wie vor für Mädchen und Jungen „sehr interessant“. Vor allem die Jungen mit 61 Prozent zeigen hier eine große Affinität zum Sport.

Diese Entwicklung ist für die Einrichtung von Internetseiten der Bundesliga Kids-Clubs bemerkenswert, da diese die beiden Bereiche „Sport“ und „Internet“ verbinden können. Untermauert wird diese Tendenz von der Kategorie „Liebste Freizeitaktivitäten 2006“. Sowohl bei den Mädchen (Sport:+4 %; Computer nutzen: +5 %) als auch bei den Jungen (Sport:+7%; Computer nutzen: +8 %) ist eine Steigerung zu erkennen.⁵² Die Begeisterung für das Internet nimmt auch 2008 nicht ab. Das Internet kann bei interessanten Themen weitere zwei Prozent-

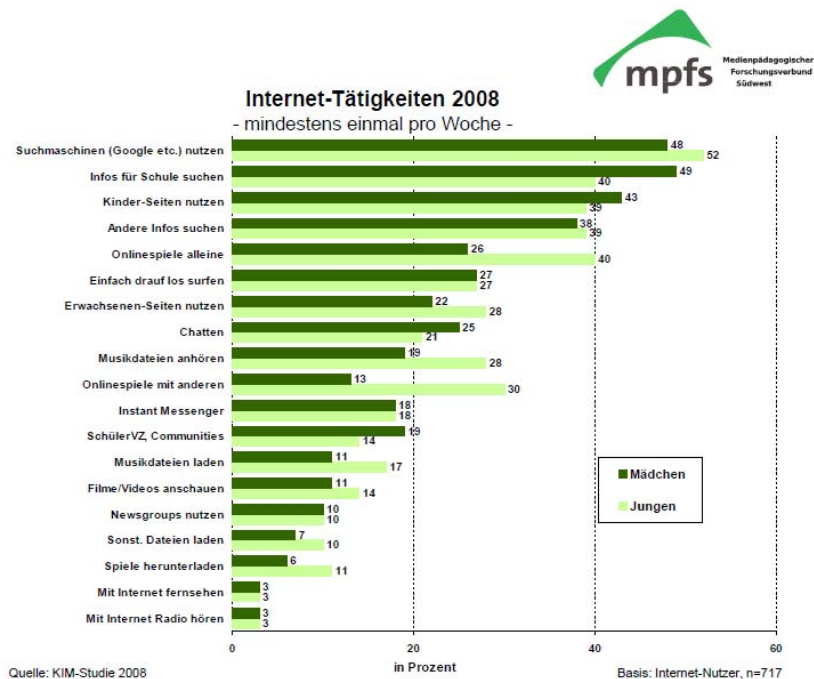
⁵⁰ „Online“ wird hier als Synonym zur Internetnutzung verwendet.

⁵¹ vgl. JIM-Studie 2008, S.49.

⁵² vgl. KIM-Studie 2006, S.12.

punkte gewinnen. Das gleiche gilt für das Thema Sport (+ 3 %).⁵³ Zu den Tätigkeiten, denen Kinder „mindestens einmal in der Woche“ nachgehen, zählen genauso wie 2006 „Infos für Schule suchen“, „Kinder-Seiten nutzen“ und „Seiten für Erwachsene nutzen“, was Abbildung 4 zeigt. Zugenommen haben unter anderem „Filme/Videos“ anschauen, „Musikdateien anhören“ und Chatten (+ 3 %).

Abbildung 4: Internet-Tätigkeiten 2008⁵⁴



„Beim Aufsuchen von Internetangeboten lassen sich Kinder vor allem durch Mund-zu-Mund-Propaganda leiten. 71 Prozent der Internetnutzer geben an, Webadressen von Freunden zu kennen (...).“⁵⁵ Neben den Freunden stehen die Familien und vor allem der Vater mit über 30 Prozent auf den vorderen Plätzen. Immer mehr Kinder legen sich mittlerweile auf eine Lieblingsinternetseite fest. Dabei zählen nach wie vor „toggo.de“ und „kika.de“ zu den Favoriten⁵⁶.

⁵³ vgl. KIM-Studie 2008, S.6.

⁵⁴ ebd., S.41.

⁵⁵ vgl. KIM-Studie 2006, S.45.

⁵⁶ ebd., S.45.

Tendenziell haben schon im Jahr 2006 immer mehr Kinder eine Lieblingsinternetseite. Dabei zählen nach wie vor „toggo.de“ und „kika.de“ zu den Favoriten. Im Jahr 2008 gehören auch weiterhin „kika.de“ (8% der insgesamt 38% der Kinder) und „toggo.de“ (7% der Kinder) dazu, inzwischen aber auch „youtube.de“ (8%). Erstmals wird die Online-Community „SchülerVz.de“ mit aufgeführt, die genauso wie Onlinespiele bei fünf Prozent liegt. Generell nutzen vor allem die Älteren das Angebot der Online-Communities. Bei den 12- bis 13-Jährigen sind es 44 Prozent und bei den 14- bis 15-Jährigen sogar 64 Prozent, die angeben, „mehrmals die Woche oder täglich“ Online-Communities zu nutzen.

Das Bedürfnis, sich mit anderen auszutauschen, zeigt sich vor allem bei der Nutzung der Chatrooms. Bei den älteren Kindern (12, 13 und 14 Jahre) sind es bereits 65 Prozent der Internetnutzer wenigstens „selten“ in Chatrooms aktiv. Das stellt eine Zunahme von 16 Prozent im Vergleich zum Jahr 2003 dar.⁵⁷ Es ist hier ein klarer Unterschied zwischen den Altersgruppen zu sehen. So sind es bei den Sechs- und Siebenjährigen gerade einmal 18 Prozent, die wenigstens „selten“ chatten, im Gegensatz dazu bei der älteren Altersgruppe von 12 und 13 Jahren schon über 50 Prozent. „Die meisten Kinder haben einen „Stamm-Chat“. Nur ein Viertel der Chatroom-Nutzer bewegt sich in mehreren Chats (...).“ Zu den bevorzugten Chats gehört vor allem „knuddels.de“ (33 %).⁵⁸ Allgemein wird das Internet überwiegend (12-13 Jahre: 56 %; 14-15 Jahre: 68 %) zur „Kommunikation“ genutzt, gefolgt von „Spielen“. Das Interesse an „Spiele“ nimmt aber deutlich mit dem Alter ab.⁵⁹

Ein weiterer Ausblick ist für die 6- bis 13- Jährigen vorerst nicht möglich, da die KIM-Studie für 2010 voraussichtlich erst im Februar 2011 veröffentlicht wird. Für das Jahr 2009 gibt es keine KIM-Studie. Im Gegensatz dazu gibt es sowohl für das Jahr 2009 als auch für 2010 eine JIM-Studie. Aus diesem Grund können die Altersklassen 12,13 und 14

⁵⁷ vgl. JIM-Studie 2005, S.45.

⁵⁸ vgl. KIM-Studie 2006, S. 45.

⁵⁹ vgl. JIM-Studie 2006, S. 41.

Jahre auch für diesen Zeitraum betrachtet werden.⁶⁰ Bei der Altersgruppe der 12- und 13-Jährigen setzt sich der Trend der immer länger werdenden Internetnutzungsdauer (89 Min.) weiter fort. Das Gleiche gilt für die 14- und 15-Jährigen, die im Vergleich zum Vorjahr täglich im Schnitt 22 Minuten länger im Internet sind. Dafür ist das Interesse am Bereich „Kommunikation“ (Chats, E-Mail, Messenger, Communities) leicht zurück gegangen, das Interesse an der Unterhaltungsbranche (Musik, Videos, Bilder) dagegen gestiegen. Trotz allem ist die Kategorie „Kommunikation“ noch klar führend. Fast 50 Prozent der Kinder gaben dies als Grund für das „Online-gehen“ an. Vor allem „Online-Communities“ haben einen starken Anstieg zu verzeichnen. Mittlerweile nutzen 58 Prozent der 12- bis 13-Jährigen und sogar 78 Prozent der 14- und 15-Jährigen „mehrmals pro Woche bis täglich“ das Angebot.

Im Jahr 2010 beträgt die Anzahl der Computer in den Haushalten mehr als 100 Prozent, da im Durchschnitt jeder Haushalt über 2,7 Computer verfügt. 65 Prozent der 12- bis 13-Jährigen und 78 Prozent der 14- bis 15-Jährigen besitzen inzwischen einen eigenen Computer.⁶¹ Über einen eigenen Internetzugang verfügen mittlerweile 41 Prozent in der Altersgruppe von 12 und 13 Jahren; bei den älteren Kindern sind es sogar schon 48 Prozent.

Bei den nicht medienbezogenen Freizeitbeschäftigungen stehen das Treffen mit Freunden (Altersgruppe 12 und 13 Jahre: 81 %; 14 und 15 Jahre: 85 %) sowie Sport (Altersgruppe 12 und 13 Jahre: 74 %; 14 und 15 Jahre: 72 %) hoch im Kurs.⁶²

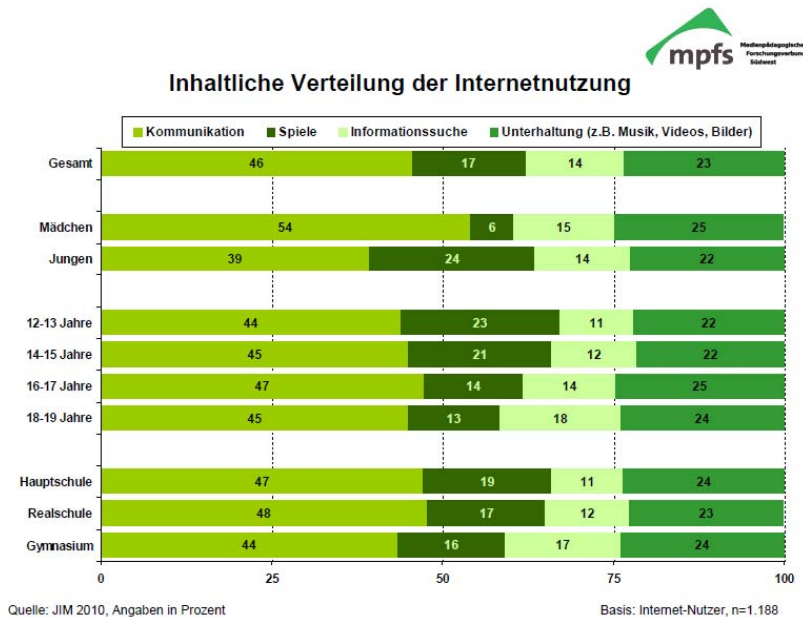
Dieses Bild lässt sich ebenso im Internet wieder finden, was Abbildung 6 noch einmal verdeutlicht. So ist „Kommunikation“ mit auf den vorderen Plätzen. Darauf folgen „Unterhaltung“ und „Spiele“, sie stehen zusammen an zweiter Stelle.

⁶⁰ Im Gegensatz zur JIM-Studie gab es 2009 keine KIM-Studie.

⁶¹ vgl. JIM-Studie 2010, S. 7 und S.27.

⁶² ebd., S.11.

Abbildung 5: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung⁶³



Die Zeit, die diese Kinder mit Onlinespielen verbringen, beträgt bei der jüngeren Altersgruppe (12 und 13 Jahre) immerhin schon 69 Minuten und bei der älteren Gruppe (14 und 15 Jahre) 92 Minuten.

Die hier anhand der älteren Jahrgänge dargestellten Tendenzen der Freizeitbeschäftigungen lassen vermuten, dass sich diese ebenfalls bei den jüngeren Jahrgängen wiederfinden wird. Sicher wird dies aber erst die KIM-Studie 2010 zeigen können.

3.3. Das Potenzial

Insgesamt lässt sich seit 2003 ein klarer Trend zu einer zunehmenden Beschäftigung der Kinder im oder mit dem Internet feststellen. Angefangen bei den Computern und der Ausstattung mit Internetzugängen, die eine Grundlage für die weitere Entwicklung bilden, lässt sich bereits

⁶³ vgl. JIM-Studie 2010, S. 31.

die Entwicklung in den nächsten Jahre erkennen. Im Jahr 2003 waren zunächst 57 Prozent der Haushalte mit einem Internetzugang ausgestattet.⁶⁴ Zwar hatten bereits 74 Prozent einen Computer, doch auch diese zunehmende Entwicklung ist, wie sich für das Jahr 2010 zeigt, noch nicht abgeschlossen. Potenzial ist noch vorhanden. Mittlerweile sind im Durchschnitt 2,7 Computer pro Haushalt vorhanden.⁶⁵ Generell stehen die Themen Computer und Sport bei den Kindern im Focus der Aufmerksamkeit. Im Laufe der Jahre spiegelt sich dies immer mehr in den Freizeitbeschäftigungen der Kinder wieder (2003: Computer und Sport 19 %; 2008: Computer 67 % und Sport 81 %).⁶⁶ Zum einen bieten die von Fußballvereinen angebotenen Kids-Clubs die Möglichkeit, das Interesse von Kindern am Sport weiter zu fördern, indem die Kinder einen engeren Bezug zu ihren sportlichen Idolen bekommen. Zum anderen bietet die Affinität der Kinder für Computer und Internet den Vereinen die zusätzliche Chance, über das Internet auf sich aufmerksam zu machen sowie weitere oder ergänzende Angebote für die Kinder zur Verfügung zu stellen.

Ein weiterer Aspekt ist, dass Kinder vermehrt Internetseiten für Erwachsene nutzen⁶⁷. Daraus lässt sich ableiten, dass sie entweder im Allgemeinen an Themen von Erwachsenen interessiert sind oder dass es für sie keine alternativen Quellen im Internet gibt, die ihnen die gleichen Informationen zur Verfügung stellen. Dies könnte man im Sportbereich durch entsprechende, sich an die kleinen Fans richtende Internetseiten kompensieren.

Auf welchen Internetseiten sich Kinder aufhalten, wird meistens über Mund-zu-Mund-Propaganda weiter gegeben. Hier spielen die Familie und vor allem die Väter eine größere Rolle. So sind es über 30 Prozent der Kinder, die den Rat ihres Vaters befolgen. Wenn man nun die Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen und die Altersspanne, in der sich laut SPORTFIVE die Kinder für einen Verein entscheiden, näher betrachtet, so ist feststellen, dass hier eine weitgehende Übereinstimmung des Al-

⁶⁴ vgl. KIM-Studie 2003, S.13.

⁶⁵ vgl. JIM-Studie 2010, S.7.

⁶⁶ vgl. KIM-Studien 2003 S.6 und KIM-Studie-2008 S.5.

⁶⁷ vgl. KIM-Studie 2008, S.40.

ters existiert.

Hinzu kommt, dass ebenfalls die Familie einen großen Einfluss auf die Wahl des Lieblingsvereins eines Kindes hat (6 bis 9 Jahre: 38 %; 10 bis 13 Jahre: 35 %).⁶⁸ Hat sich ein Kind einmal für einen Verein entschieden, bleibt es dann seinem Verein treu. Erstaunlicherweise sind dies im Alter von sechs bis neun Jahren bereits 37 Prozent der Kinder.⁶⁹ In der Altersgruppe von 10 bis 13 Jahren sind es lediglich 8 Prozent, die ein Verein noch als Fans hinzugewinnen kann. Insgesamt setzt sich diese Altersgruppe, aber schon vermehrt mit dem Thema Fußball im Allgemeinen auseinander.⁷⁰ Um Kinder in diesem Alter eine Plattform zu bieten, wäre ein entsprechender Internetauftritt von Vorteil.

Auch wenn Internet-Communities vor allem für Kinder im Alter von 12 bis 14 Jahren besonders interessant sind⁷¹, zeigt sich doch deutlich der allgemeine Trend, dass auch die jüngeren, Sechs- bis Siebenjährigen immer mehr das Internet nutzen⁷². Ihr Hauptaugenmerk liegt aber eher auf dem Bereich der Spiele. Diese Kategorie bleibt für die älteren Jahrgänge nur bedingt interessant,⁷³ jedoch bleibt das Interesse an Sport-simulationsspielen wie „FIFA“ erhalten (18 %).⁷⁴

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Internet ein stetig wachsendes Medium ist, das in zunehmendem Maße nicht nur für Jugendliche, sondern auch für jüngere Kinder interessant wird. Im Zusammenspiel mit dem Thema Sport wird deutlich, dass das Internet eine Möglichkeit bietet, unterschiedliche Alters- und Interessensgruppen von jüngeren Fans anzusprechen.

⁶⁸ vgl. SPORTFIVE-Studie (2007), S.11.

⁶⁹ ebd.

⁷⁰ ebd.

⁷¹ vgl. JIM-Studie 2010 S.28f. und S. 41f.

⁷² vgl. KIM-Studie 2008 S.39.

⁷³ vgl. JIM-Studie 2006.

⁷⁴ vgl. JIM-Studie 2010.

4. Status Quo des Internetauftritts der Kids-Clubs

Nicht nur der Hamburger Sport-Verein e.V. hat einen Kids-Club. Inzwischen sind es in der Bundesliga 24 Vereine, die mit einem Kids-Club ein besonderes Angebot für Kinder geschaffen haben.

Für die weitere Untersuchung werden im Folgenden die bereits bestehenden Seiten der Kids-Clubs aus der 1. und 2. Bundesliga betrachtet. Dies soll aufzeigen, welche Angebote für Kinder in diesem Segment bereits existieren. Dabei werden zum einen die Bereiche der klassischen Informationen, Fotos, Videos, zum anderen aber auch interaktive Kategorien wie Foren oder Spiele berücksichtigt. Um auch einen Einblick in die Sicht der Vereine zu erhalten, wurde den Bundesligavereinen ein Fragebogen zugesandt (Anhang III). Im Zwischenfazit wird dadurch der Gesamtüberblick des derzeitigen Entwicklungszustandes der Kids-Club Internetseiten abgerundet.

Da im Ausland unter Umständen noch andere Aspekte in der Gestaltung und dem Angebot der Internetseiten der Vereine vorhanden sind, werden in die Betrachtung zudem die Internetseiten der englischen Premier League mit einbezogen. Dies konzentriert sich vor allem auf den offenen Bereich der Seite. Aufgrund der Sicherheitsschranken für den Login-Bereich, wird dieser für die englische Fußballliga nicht näher mit einbezogen.

4.1. Die Kids-Clubs der 1. Bundesliga⁷⁵

Von den 18 Fußballvereinen, deren Mannschaften in der 1. Bundesliga spielen, haben inzwischen schon 14 Vereine ihren eigenen Kids-Club. Zuletzt hinzugekommen mit einem Kids-Club und einem Internetauftritt sind der FC Bayern München und der 1. FC St. Pauli. Bei Hannover 96 ist das Thema Kids-Club noch in der Planungsphase.

⁷⁵ Stand: 07.12.2010.

Die 14 Kids-Clubs haben fast alle neben generellen Informationen zum Club oder zu besonderen Aktionen des Vereins auch eine Fotogalerie. Eine Ausnahme bildet der 1. FC Kaiserslautern, dort ist kein extra Fotobereich für Kinder einzusehen.⁷⁶ Der Kids-Club des FC Bayern Münchens ist erst Anfang November 2010 gegründet worden. Auf dessen Internetseite wird zwar eine Auswahl von Fotos zu den jeweiligen Aktionen gezeigt, jedoch gibt es keine separate Fotogalerie.⁷⁷

Hinsichtlich der Möglichkeit, im Internet Videos einzustellen, sind es noch wenige Vereine, die sich für diese Art der Informationsweitergabe entschieden haben. Nur drei Vereine, nämlich Bayer 04 Leverkusen, SV Werder Bremen und der 1. FSV Mainz bieten spezielle Videos für Kinder an.

Immerhin fast die Hälfte der Vereine mit Kids-Clubs haben sich für einen interaktiven Internetauftritt entschieden. Dabei reicht das Spektrum von Puzzle, Memorys und Quiz über Tippspiele bis hin zu Fußballspielen wie „Kopfball“.⁷⁸ Bei diesem Spiel nimmt der Nutzer den Charakter des Maskottchens ein und muss per Kopfball versuchen, so oft wie möglich den Ball zu treffen. Überdies gehört auch oftmals eine Malvorlage wie beim FC Schalke 04 zum Angebot der Internetseiten. Eine verstärkte Einbindung der Maskottchen erfolgt auch über die Darstellung eines Comics. Diese Möglichkeit haben der VfB Stuttgart und der FC Bayern München genutzt. Die beiden Clubs sind auch die Einzigen, die bei der Beschriftung ihrer Kategorien zur Unterstützung Icons verwenden.⁷⁹ Recht selten sind auch das Angebot eines Gästebuchs (VfL Wolfsburg⁸⁰ und FC Schalke 04⁸¹) oder eines Forums (Borussia Mönchengladbach⁸²). Auf der Internetseite ist des VfB Stuttgart⁸³ ist zwar

⁷⁶ vgl. <http://www.fck.de/de/fans/teufelsbande.html>, 28.11.2010.

⁷⁷ vgl. <http://www.fcbayern.telekom.de/kidsclub/start.php>, 28.11.2010.

⁷⁸ vgl. <http://www.woelfclub.de/spielplatz/kopfball/>, 28.11.2010.

⁷⁹ vgl. <http://www.fcbayern.telekom.de/kidsclub/start.php> und <http://www.fritzeclub.de/>, 28.11.2010.

⁸⁰ vgl. <http://www.woelfclub.de/interaktiv/gaestebuch/>, 28.11.2010.

⁸¹ vgl. <http://www.knappenkids.de/index.php/gaestebuch.html>, 28.11.2010.

⁸² vgl. http://juenter.beta.eoa.de/das_erwartet_dich_in_juenter_club/seite/6.htm, 28.11.2010 (der Chatroom ist nur über den Login-Bereich zu erreichen).

⁸³ vgl. <http://www.fritzeclub.de/community/>, 28.11.2010.

noch ein Forum zu sehen, allerdings ist es nicht mehr aktiv, da dieser Bereich auf das SchülerVz-Profil ausgegliedert werden soll.⁸⁴

Borussia Dortmund, 1. FSV Mainz 05, Borussia Mönchengladbach und der VfB Stuttgart nutzen die Möglichkeit eines geschlossenen, nur über eine Login-Funktion aufrufbaren Bereichs. Der Login erfolgt über Eingabe der E-Mail oder aber über die Mitgliedsnummer. Die Anmeldung für den Login-Bereich muss meistens von den Eltern bestätigt werden⁸⁵.

Auffällig ist, dass die Internetseiten der Kids-Clubs der Vereine sehr übersichtlich und wenig verspielt aufgebaut sind. Lediglich Jünters Club von Borussia Mönchengladbach nutzt Animationen und setzt sich durch sein Design klar von den anderen Seiten ab. So verbirgt sich der Login-Eingang zum Beispiel „im Spielertunnel“⁸⁶. Die Schriften sind weniger plakativ, sondern meist serifenlos⁸⁷ und nicht in Kapitalien⁸⁸. Lediglich der 1. FSV Mainz 05, 1. FC Köln, Borussia Mönchengladbach und der VfB Stuttgart versuchen, über Schrift und Gestaltung verstärkt die Kinder anzusprechen.

Die Internetseiten können aber gleichzeitig einen gewissen Lerneffekt für die Kinder haben; dies zeigt sich vor allem bei den Seiten des VfL Wolfsburg und des 1. FSV Mainz 05. Beide Vereine haben eine Kategorie mit Gesundheitstipps⁸⁹ bzw. Wissenswertem rund um die Arena. Die Kinder haben zum Beispiel beim VfL Wolfsburg die Möglichkeit, ihre Fragen einzusenden. Die Antworten werden aus Sicht des Maskottchens „Wölfi“ beschrieben und je nach Thema von den jeweils für den Bereich verantwortlichen Personen aus dem Verein erläutert.⁹⁰

⁸⁴ Telefoninterview vom 06.12.2010 mit Daniel Gröber vom VfB Stuttgart.

⁸⁵ vgl. <http://www.bvb-kidsclub.de/?%9FR%1B%E7%F4%9D>, 28.11.2010.

⁸⁶ vgl. über <http://juenter.beta.eoa.de/index.htm> auf <http://juenter.beta.eoa.de/login.htm>, 28.11.2010.

⁸⁷ Serifen sind kleine „Häckchen“ oder auch „Schnörkel“ an den „Enden“ der Buchstaben. Bei serifenlosen Schriften wie Arial sind diese nicht vorhanden.

⁸⁸ Kapitalien=Großbuchstaben.

⁸⁹ vgl. <http://www.woelfclub.de/spielplatz/downloads0/> und <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/>, 28.11.2010.

⁹⁰ vgl. <http://www.woelfclub.de/spielplatz/downloads00/>, 28.11.2010.

Generell sind die Seiten leicht über die Seite der Bundesliga Mannschaft zu erreichen. Manche Vereine haben auf ihrer „Startseite“ eine direkte Verlinkung zur Kids-Club-Seite, was den Einstieg für Kinder erleichtert (z.B. FC Bayern München und 1. FSV Mainz 05). Eine Ausnahme stellt hier die Seite von Eintracht Frankfurt dar, dessen Kids-Club Informationen nicht unmittelbar über die Seite der Fußball Bundesliga zu finden sind, sondern über die Vereinsseite der anderen Abteilungen. Dies erschwert für die Kinder den Zugriff auf die entsprechenden Informationen.

Tabelle 3: Übersicht Kids-Clubs 1. Bundesliga⁹¹

	Kids-Club	Bereich auf HP	Infos	Fotogalerie	Video	Spiele	Forum
1. FC Kaiserslautern	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
1. FC Köln	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein
1. FC Nürnberg	-						
1. FSV Mainz 05	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
1899 Hoffenheim	-						
Bayer 04 Leverkusen	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
Borussia Dortmund	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein
Borussia M'gladbach	+	Ja	Ja	Ja	Nein	keine Angaben	im Login-Bereich
Eintracht Frankfurt	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
FC Bayern München	+	Ja	Ja	nein	nein	Nein	Nein
FC Schalke 04	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Gästebuch
FC St. Pauli	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Hamburger SV	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Hannover 96	-						
SC Freiburg	-						
SV Werder Bremen	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
VfB Stuttgart	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein
VfL Wolfsburg	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Gästebuch

⁹¹ Homepage der Vereine , Stand: 07.12.2010.

4.2. Die Kids-Clubs der 2. Bundesliga⁹²

Auch in der 2. Bundesliga steigt die Zahl der Kids-Clubs stetig. So ist erst zuletzt der VfL Osnabrück mit einem entsprechenden Angebot hinzugekommen. Damit sind es bereits zehn der 18 Vereine die einen Kids-Club besitzen. Die Gestaltung der Internetseiten der Kids-Clubs zeigt wie bei den Vereinen der 1. Bundesliga ein breites Spektrum von sehr einfach gestalteten Seiten mit Informationen, die über die Mitgliedschaft und die Aktionen der Kids-Clubs Auskunft geben, bis hin zu aufwendig gestalteten Seiten mit Spielen, Fotos und sogar Videos.

Allgemein auffallend ist bei den Internetangeboten der Kids-Clubs der überwiegend schlichte Aufbau der Internetseiten. Neben einer Vereins entsprechenden Farbgebung sind es vor allem die serifenlosen Überschriften, die je nach Geschmack mit⁹³ oder ohne⁹⁴ Kapitalien ausgeführt sind. Die abgerundeten Formen lassen die Schriften zusätzlich für Kinder attraktiv erscheinen.

Eine reine Informationsseite stellen die Internetseiten des FC Augsburg⁹⁵ und des VfL Bochums⁹⁶ dar; letztere hebt sich nur durch einen zusätzlichen Download von Malvorlagen für die Kinder ab. Sechs der 10 Vereine bieten zusätzlich noch eine Fotogalerie an. Dazu gehören Hertha BSC, TSV 1860 München, Alemannia Aachen, Rot-Weiß Oberhausen, VfL Bochum und Fortuna Düsseldorf. Rot-Weiß Oberhausen bietet zudem eine Downloadmöglichkeit für einen Stundenplan und zwei Malvorlagen.⁹⁷ Rot-Weiß Oberhausen verstärkt die Interaktivität überdies noch mit einem Bilderrätsel.⁹⁸

Auf Fußballspiele setzt ebenfalls der FSV Frankfurt. Zu den Spielen gehören ein Torwand- und ein Elfmeterschießen. Bei der Kids-Clubs In-

⁹² Stand: 04.12.2010.

⁹³ vgl. <http://www.scpaderborn07.de/kidsclub/283-Start.html>, 29.11.2010.

⁹⁴ vgl. <http://www.lila-weisse-bande.de/>, 29.11.2010.

⁹⁵ vgl. <http://www.fca-kids.de/cms/website.php?id=/index.htm.>, 29.11.2010.

⁹⁶ vgl. <http://www.bobbiklub.de/>, 29.11.2010.

⁹⁷ vgl. <http://www.rwo-kids.de/downloads.html>, 29.11.2010.

⁹⁸ vgl. <http://www.rwo-kids.de/quiz.html>, 29.11.2010.

ternetseite des Hertha BSC gibt es eine Verlinkung zu „Olis Bahnwelt“, in dessen Bereich verschiedene interaktive Spiele angeboten werden.⁹⁹

Neben dem FSV Frankfurt gibt es nur noch einen Verein, den DSC Arminia Bielefeld, der seinen Kindern einen Videobereich zur Verfügung stellen. Dieser beinhaltet kurze Beiträge zu Aktionen rund um den Kids-Club.¹⁰⁰

Weder Spiele noch Videos bietet der Kids-Club des VfL Osnabrück, dafür aber ein Gästebuch.¹⁰¹ Diese Funktion, über die ein direktes Feedback oder aber ein Austausch der Mitglieder untereinander oder mit dem Verein möglich ist, bietet ansonsten nur der FSV Frankfurt an.¹⁰² Zusammen mit dem SC Paderborn¹⁰³ sind diese beiden auch die einzigen Vereine, die einen Login-Bereich für ihre kleinen Fans zur Verfügung stellen. Beim SC Paderborn bleibt diese Option ein Bonus für dessen Mitglieder. Die Internetseite des FSV Frankfurts ermöglicht auch Kindern die Teilnahme am Forum der Erwachsenen.

⁹⁹ vgl. <http://www.herthabsc.de/index.php?id=70>, 29.11.2010.

¹⁰⁰ vgl. <http://www.arminis.de/index.php?id=44>, 29.11.2010.

¹⁰¹ vgl. http://www.lila-weisse-bande.de/index.php?article_id=43, 29.11.2010.

¹⁰² vgl. <http://www.fsv-kidsclub.de/cms/index.php?id=943>, 29.11.2010.

¹⁰³ vgl. <http://www.scpaderborn07.de/kidsclub/283-Start.html>, 29.11.2010.

Tabelle 4: Übersicht Kids-Clubs der 2. Bundesliga¹⁰⁴

	Kids-Club	Bereich auf HP	Infos	Fotogalerie	Video	Spiele	Forum
1. FC Union Berlin	-						
Alemannia Aachen	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
DSC Arminia Bielefeld	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein
FC Augsburg	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
FC Energie Cottbus	-						
FC Erzgebirge Aue	-						
FC Ingolstadt 04	-						
Fortuna Düsseldorf	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
FSV Frankfurt 1899	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Gästebuch und Forum
Hertha BSC	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Bahn-Welt	Nein
Karlsruher SC	-						
MSV Duisburg	-						
TSV 1860 München	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein
Rot-Weiß Oberhausen	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein
SC Paderborn 07	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Gästebuch
SpVgg Greuther Fürth	-						
VfL Bochum 1848	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Malvorlagen	Nein
VfL Osnabrück	-	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Gästebuch

4.3. Die Kids-Clubs der englischen Premier League¹⁰⁵

Insgesamt haben zwölf der 20 Premier League Vereine einen Kids-Club und damit auch eine spezielle Seite für deren Mitglieder. Die Aufmachung geht von einfach gehaltenen Seiten mit Informationen und

¹⁰⁴ Quelle: Homepage der Vereine, Stand: 04.12.2010

¹⁰⁵ Stand: 27.11.2010.

Fotos zum Kids-Club bis hin zu aufwendigen Seiten mit verschiedenen Spielen und einem gesonderten Login-Bereich. Ein Teil der Vereine (Everton FC, West Bromwich Albion, Bolton Wanderers und Wolverhampton Wanderers, Stoke City) bietet zwar einen Kids-Bereich, bietet dort aber keine gesonderten Fotos von den Spielen für die Kinder oder etwa eine gesonderte Bildergalerie. Hingegen gibt es bei Vereinen wie FC Arsenal, FC Chelsea, Aston Villa und Birmingham City eine gesonderte Fotokategorie für den Kids-Club. Darin werden zum Beispiel Spieltags-, Maskottchen- und Auflaufkids-Fotos angeboten. Auch bewegte Bilder sind aus der heutigen Zeit nicht mehr weg zu denken. Speziell für Kinder aufbereitetes Material ist jedoch selten auf den Seiten zu finden. Gerade einmal fünf Vereine haben sich die Mühe gemacht, hier ein separates Angebot für die Kinder zu schaffen. Das Angebot des FC Arsenal wird hier nicht berücksichtigt, da es sich um ein Angebot der Fußballschule handelt (Arsenal Soccer School TV¹⁰⁶). Überwiegend bieten die Videos Tipps zum besseren Fußballspielen (z.B. Aston Villa¹⁰⁷) oder es besteht die Möglichkeit „das Tor des Monats“ (FC Chelsea¹⁰⁸) zu wählen. Erstaunlich ist, dass im Gegensatz zum geringen Videocontent der Spielbereich einiges mehr zu bieten hat. Neun der 12 Vereine haben einen interaktiven Kids-Bereich. Dabei reicht das Spektrum von einfachen Malvorlagen, Bilderrätseln und Puzzeln bis hin zum Torwandschießen oder etwa „Teammanager-Spielen“.¹⁰⁹

Ein Forum bietet keiner der Vereine für seinen Kids-Club an. Lediglich der FC Arsenal und der FC Sunderland haben eine Art „Blog“ für ihr Maskottchen, der aber keine Kommentarfunktion beinhaltet.

Die Internetseiten der Kids-Clubs sind nicht nur stark durch ihre Vereinsfarben geprägt, auch das Maskottchen führt die Kinder durch die verschiedenen Bereiche der Seiten (z.B. FC Aston Villa). Besonders an Kinder gerichtet sind ebenso die Spielberichte, sofern vorhanden. Sie

¹⁰⁶ vgl. <http://www.arsenal.com/juniorgunners>, 27.11.2010.

¹⁰⁷ vgl. <http://www.jvlife.co.uk/heroChoice/>, 27.11.2010

¹⁰⁸ vgl. <http://bridgekids.chelseafc.com/en-GB/goal-of-the-month/default.htmlvv>, 27.11.2010

¹⁰⁹ vgl. <http://www.jvlife.co.uk/league/>, 27.11.2010.

kommen entweder von einem der Kinder selbst (FC Liverpool) oder werden kurz und kindgerecht zusammengefasst (FC Chelsea). Oftmals konzentriert sich die Seite auch auf Events oder spezielle Aktivitäten für die Kinder (z.B. FC Bolton Wanderers¹¹⁰). Besonders interessant ist die Internetseite von Aston Villa aus einem anderen Grund: Hier können die Kinder sich aussuchen, über welches Maskottchen sie den Kids-Bereich aufsuchen möchten. Die weiteren Inhalte der Internetseiten sind dann aber die gleichen.¹¹¹

Eine weitere Internetseite, die sich von denen der anderen Vereine abhebt, ist die von Birmingham City. In diesem Fall gibt es sogar zwei Kids-Seiten für zwei verschiedene Altersgruppen (0-8 Jahre¹¹² und 8-16 Jahre¹¹³). Die Unterteilung der Kategorien ist allerdings auf beiden Seiten gleich. Die Gestaltung ist hingegen der jeweiligen Altersklasse entsprechend angepasst. Inhalte wie Fotogalerie, Videos und Spiele scheinen laut der Beschriftungen der Kategorien vorhanden zu sein. Die Einsicht jeglicher Informationen auf der Internetseite ist ausschließlich für registrierte Kinder möglich.

Eine weitere Internetseite, die sich in einem wesentlichen Punkt von den Seiten der anderen Vereine unterscheidet, ist die Seite von Wigan Athletic. Auf dieser Seite werden für jede Kategorie Icons verwendet, die für Kinder einen größeren Wiedererkennungswert schaffen können.¹¹⁴

¹¹⁰ vgl. <http://www.juniorwhites.co.uk/news/>, 27.11.2010.

¹¹¹ vgl. <http://www.jvlife.co.uk/heroChoice/>, 27.11.2010.

¹¹² vgl. <http://www.beaus-buddies.com/>, 27.11.2010.

¹¹³ vgl. <http://www.blues-crew.com/>, 27.11.2010.

¹¹⁴ vgl. <http://www.juniorstripes.com/>, 27.11.2010.

Tabelle 5: Übersicht Kids-Clubs Premier League¹¹⁵

	Kids-Club	Bereich auf HP	Infos	Fotogalerie	Video	Spiele	Forum	Login
FC Chelsea	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja
FC Arsenal	+	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein
Manchester United	-							
Manchester City	-							
Tottenham Hotspur	-	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
West Bromwich Albion	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
FC Sunderland	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Bolton Wanderers	+	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja
Newcastle United	-							
Aston Villa	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja
Everton FC	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Birmingham City	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	keine Angaben	Ja
Stoke City	+	Ja	Ja	keine Angaben	keine Angaben	keine Angaben	keine Angaben	keine Angaben
FC Blackpool	-							
Wigan Athletic	+	Ja	Ja	Ja	Ja	Wallpapers, Malvorlagen	Nein	
FC Fulham	-							
Blackburn Rovers	-							
FC Liverpool	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein
Wolverhampton Wanderers	+	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	
West Ham United	-							

¹¹⁵ Homepage der Vereine, Stand: 27.11.2010

4.4.Zwischenfazit

Das Angebot der bereits bestehenden Internetseiten der Kids-Clubs zeigt eine klare, auf das Hauptanliegen der Vereine abzielende Ausrichtung.

In erster Linie sollen den Internetnutzern Informationen über den Verein zur Verfügung gestellt und zudem die Möglichkeit gegeben werden, ein Anmeldeformular für den Verein bzw. den Kids-Club herunterzuladen.¹¹⁶ Die Mehrzahl der Internetseiten erfüllt genau diese Funktionen. Häufig vorzufinden sind zudem Fotogalerien. Unter den Kids-Clubs, die den Umfragebogen ausgefüllt haben, gehört diese Funktion zu einem wichtigen Bestandteil der Seite und ist auf kaum einer Seite nicht aufzufinden.

Des Weiteren soll der Internetauftritt vor allem kindgerecht sein und den Eltern die Sicherheit geben, dass ihre Kinder gut aufgehoben sind.¹¹⁷ Dies ist auch meist der Fall, wenn kein Chat oder Forum für die Kinder zur Verfügung gestellt wird. Richtig durchgeführt, ist die Durchführung eines solchen Angebots sehr aufwendig.

Dennoch werden die Kinder zunehmend interaktiv am Internetauftritt beteiligt. Viele Vereine stellen ihren kleinen Fans Spiele zur Verfügung. Das Repertoire reicht hier von einfachen Spielen wie Memory und Bilderrätsel bis hin zu Torwand- und Elfmeterspielen und Tippspielen.

Erste Vereine haben auch erkannt, dass das Internet für sie eine gute Möglichkeit bietet über einen Login, ihren Mitgliedern einen besonderen Mehrwert zur Verfügung zu stellen. Zu diesen Vereinen gehören allerdings zurzeit in der 1. und 2. Bundesliga gerade einmal fünf Vereine.¹¹⁸

Insgesamt erfährt der Internet-Bereich der Kids-Clubs einen stetigen Wandel. „Der Auftritt wird ständig analog der Hauptdomäne angepasst

¹¹⁶ Vgl. Umfragebogen der Kids-Clubs, siehe Anhang III.

¹¹⁷ Telefoninterview mit Svenja Schlenker von Borussia Dortmund am 6.12.2010.

¹¹⁸ Zu diesen Vereinen gehören Borussia Dortmund, Mainz 05, VfB Stuttgart, Borussia M'gladbach und der SC Paderborn.

und weiterentwickelt“, bestätigt Marc Jansen von Bayer 04 Leverkusen.

Zurzeit ist hier ein großer Umbruch zu erkennen. Nicht allein, dass mit dem FC Bayern München, VfL Osnabrück und dem FC St. Pauli erst in den letzten Monaten drei neue Kids-Clubs mit neuem Internetauftritt hinzu gekommen sind. Sondern auch die bestehenden Vereine arbeiten an ihrem Internetauftritt. Anfang 2011 gibt es beim VfB Stuttgart und beim 1. FC Kaiserslautern einen neuen Internetauftritt und auch beim TSV 1860 München und beim 1. FSV Mainz 05 wird es ein Update der Internetseiten geben. Zusammenfassend kann man also sagen, dass die Schnelllebigkeit des Internets auch vor den Kids-Clubs nicht halt macht, sondern eine ständige Weiterentwicklung erfordert.

5. Beurteilung der Internetseiten für Kinder

Die Beurteilung der existierenden Internetseiten der Kids-Clubs von Fußballvereinen unterschiedlicher Ligen ist ein wichtiger Bestandteil dieser Arbeit. Zur Umsetzung dient ein Beurteilungskatalog. Dieser basiert auf den aus den vorstehenden erläuterten, bereits gewonnenen Erkenntnissen. Von großer Bedeutung ist dabei, dass die dem Beurteilungskatalog zugrunde liegenden Kriterien eben so gut durch Kinder hätten betrachtet werden können.

Der Anwendung des Beurteilungskatalogs wird nachfolgend an jeweils einem Verein der 1. und der 2. Bundesliga sowie an einem Verein aus der Premier League durchgeführt. Zu diesem Zweck wurden drei Vereine ausgewählt, die bei den vorstehenden Betrachtungen in ihrer jeweiligen Liga durch einen besonders positiven Internetauftritt des Kids-Clubs aufgefallen sind. Diese Internetseiten sind im Vergleich zu den Internetseiten anderer Kids-Clubs schon sehr weit entwickelt und können somit auch gleichzeitig einen Ausblick auf zukünftige Internetseiten geben.

5.1. Erstellung eines Beurteilungskatalogs¹¹⁹

Anhand von Kriterien, die eine für Kinder gute und abwechslungsreiche Internetseite kennzeichnen, wird im Folgenden ein Beurteilungskatalog für die Internetseiten von Kids-Clubs konstruiert.

Ein wichtiger Aspekt ist hierbei, sich auf die Ebene von Kinder zu begeben und die Kriterien des Beurteilungskatalogs auf die betreffenden Internetseiten aus Kindersicht anzuwenden. Wiedererkennungswerte, Informationsumfang und Art der Darstellung stehen deshalb im Vordergrund. Die technische Umsetzung sowie die Kosten der Erstellung der Internetseiten sind infolgedessen keine Bewertungskriterien.

¹¹⁹ Beurteilungskatalog siehe Anhang IV.

Die Mehrzahl der in den Beurteilungskatalog einfließenden Kriterien haben einen nominalen Charakter. Sie lassen sich als zutreffend oder nicht zutreffend bewerten. Im vorliegenden Fall bedeutet dies demnach, dass ein Internetauftritt für Kinder ansprechend oder nicht ansprechend dargestellt ist.

Die Kriterien im Beurteilungskatalog sind in Unterkategorien eingeteilt, die die verschiedenen Themengebiete der Betrachtung widerspiegeln.

Im ersten Abschnitt „Der erste Eindruck“ des Beurteilungskatalogs erfassen vor allem die ersten Schritte beim Aufrufen einer Internetseite. Gemäß der KIM-Studien (siehe Ziffer 3.2.) hängt der Aufruf einer Internetseite von der Mund-zu-Mund-Propaganda ab, sei es über Freund oder Familie. Dies bedeutet aber gleichzeitig, dass Kinder die Seiten überwiegend direkt also über die Eingabe der Webadresse aufrufen wollen. Aus diesem Grund sollte sie gut zu merken und nicht zu lang sein sowie, da an Kinder gerichtet, keine für Kinder schwer zu schreibenden Wörter enthalten.

Auf der Internetseite selbst sollten die Kinder gleich erkennen können, zu welchem Verein sie gehört. Eine entsprechende Farbgebung und die Darstellung des Vereinslogos bilden demzufolge eine grundlegende Voraussetzung. Insbesondere jüngere Kinder orientieren sich überwiegend an visuellen Merkmalen.¹²⁰ So können Kinder schon in frühen Jahren Symbole und Logos wiedererkennen und diese gewissen Kategorien oder aber Produkten zuordnen.¹²¹ Bei der Farbgebung ist zur besseren Erkennbarkeit darauf zu achten, dass die Schrift sich eindeutig vom Hintergrund abhebt. Von Bedeutung ist auch, dass der Hintergrund nicht zu sehr von der Schrift ablenkt. Somit können den Blickfang einnehmende Bilder oder ähnliches eher hinderlich sein. Ebenso ist in Bezug auf die Altersgruppe auf eine Schrift zu achten, die zum einen gut leserlich und zum anderen auch größer als sich an Erwachsene richtende Schrift sein muss.¹²² Eine zusätzliche Anforderung an eine erste Übersicht ist, dass die Internetseite vollständig angezeigt wird.

¹²⁰ Effertz, Tobias (2008), S.315f.

¹²¹ ebd., S. 274 und Schmidt, Lars (2006), S.9.

¹²² Werner (2006), S.41 und S.103.

Oftmals überschreiten die Maße der Internetseiten die üblichen Bildschirmgrößen und werden aus diesem Grund nicht komplett angezeigt. Um trotzdem eine Übersicht zu erhalten, muss über den Bildschirm gescrollt oder die Bildschirmauflösung verändert werden. Dies betrifft meistens nicht nur die vertikale sondern auch die horizontale Ebene.

Weitere Bewertungskriterien befassen sich mit der „Orientierung auf der Seite“.

Zum einen gehören hierzu die klare Benennung der Kategorien und eine einfache Navigation. Zum anderen ist es, wie bereits erwähnt, besonders für jüngere Altersgruppen einfacher, sich über Bilder auf der Internetseite zu orientieren. Diese Unterstützung kann über Symbole oder so genannte Icons erfolgen. Dabei ist darauf zu achten, dass die verwendeten Symbole eindeutig und unmissverständlich sind. Das Wissen um die möglichen Bedeutungen von Symbolen ist bei Kindern deutlich geringer als bei Erwachsenen. Während zum Beispiel Erwachsene mit der Abbildung eines Sterns etwas Positives verbinden oder aber im Bezug auf das Internet dieses Symbol als Darstellung eines „Favoriten“ (z.B. Internetseite) eines Internetbrowsers wieder erkennen, sehen Kinder in der Abbildung eines Sterns meistens noch den Himmelskörper selbst und nicht die Assoziation der Erwachsenen.

Genauso wie die Erläuterungen zu den einzelnen Kategorien nicht zu komplex ausfallen sollten, darf deren Anzahl auch nicht zu hoch sein. Je mehr Kategorien es gibt, umso unübersichtlicher wird die Internetseite für die Zielgruppe der Kinder. Das gleiche gilt für die Anzahl der Unterkategorien. Zu viele Auswahlmöglichkeiten auf einer Internetseite erschweren den Kindern mehr noch als erwachsenen Internetnutzern die Zuordnung. Hinzu kommt, dass insbesondere bei jüngeren Kindern die Konzentrationsfähigkeit noch nicht so stark ausgeprägt ist. Schnell verlieren sie daher das Interesse daran, auf einer Internetseite zu verweilen, wenn sie nicht ohne weiteres ihr Ziel, die richtige Kategorie zu finden, erreichen können.¹²³

¹²³ Vgl. <http://www.internet-abc.de/eltern/konzentrationsfaehigkeit-kinder.php>, 05.12.2010.

Einen wichtigen Beitrag zur besseren Orientierung auf einer Internetseite kann daher eine einfache Navigation leisten. Sind die verschiedenen Kategorien auf einfache Weise zu erreichen und gibt es nicht zu viele Unterkategorien, desto einfacher haben es die Kinder, mit wenigen Klicks die gewünschten Informationen zu erhalten. Auch bei den Unterkategorien sollte der Nutzer zu jeder Zeit erkennen können, auf welcher Internetseite er sich befindet.

Viele Internetseiten haben Verlinkungen zu anderen Internetseiten, die aber nicht unbedingt als Verlassen der ursprünglichen Internetseite gekennzeichnet sind. Sind verschiedenen Kategorien oder Verlinkungen vorhanden, so ist es für die Kinder hilfreich, wenn sie über einen Home-Button auf die Startseite zurückkehren können. Auch wenn eine Vielzahl der Nutzer zu diesem Zweck die „Zurück“-Funktion benutzt, ist ein solcher Home-Button gerade mit zunehmendem Alter für die Kinder eine Erleichterung der Seitennutzung.¹²⁴

Die Buttons der verschiedenen Kategorien einer Internetseite dürfen nicht zu klein sein, da bei jüngeren Nutzern gerade zu Beginn der Internetnutzung die motorischen Fähigkeiten bei der Nutzung einer Computer-Maus eher begrenzt sind.¹²⁵

Der folgende Abschnitt des Beurteilungskatalogs befasst sich mit Kriterien, die aus unterschiedlichen Gründen „für Kinder wichtig“ sind.

Zum einen gehören die auf einer Internetseite vorhandenen Texte dazu. Sie sind neben den verwendeten Bildern für die Informationsweitergabe ein ausschlaggebender Faktor. Des Weiteren sind die Texte ein wesentliches Element der Internetseitengestaltung. Für Kinder müssen Texte besonderen Kriterien genügen. Die Sätze sollten nicht zu lang sein und der Satzbau sollte dementsprechend einfach sein. Dazu gehören der Gebrauch eines einfachen, begrenzten Wortschatzes und die Vermeidung von Fremdwörtern. Insgesamt sollte der Text ebenfalls kurz gehalten sein. Vor allem bei Kindern ist die Unterstützung des Textes durch Bilder oder andere Darstellungen ein wichtiger Aspekt. In-

¹²⁴ Werner (2006), S. 66.

¹²⁵ ebd.

folgedessen sollte darauf geachtet werden, dass die Bilder zum Text passen und idealerweise die Möglichkeit bieten, diese durch Anklicken auch vergrößert darzustellen. Aus diesem Grund sind bei Kindern auch im Internet gut umgesetzte Bildergalerien sehr beliebt. Bei der Internetseite eines Kids-Clubs können Bilder und Bildergalerien einen wesentlichen zusätzlichen Mehrwert für die Kinder als Nutzer bieten. Ebenso zählen Videos zu den relevanten Mehrwerten. Welchen Inhalt Bilder und Videos einer Internetseite genau darstellen, kann von Seite zu Seite recht unterschiedlich sein. Das Angebot kann von Interviews über zusätzliche Spielberichte bis hin zu Videos von speziellen Kids-Club Aktionen reichen.

Im grafischen Bereich können darüber hinaus Animationen den Internetauftritt für Kinder besonders interessant gestalten.¹²⁶ Hier besteht auch die Möglichkeit, das Maskottchen des Vereins mit einzubinden. Generell gelten die Maskottchen der Vereine als sehr beliebt und steigert die Identifikation der Kinder mit dem Verein bzw. mit der Internetseite. Hinzu kommt noch, dass es einen zusätzlichen Wiedererkennungswert darstellt. Neben der Kenntnis über die zugehörigen Logos und Farben eines Vereins wissen die fußballinteressierten Kinder meistens ganz genau, welches Maskottchen zu ihrem Verein gehört.¹²⁷

Im folgenden Themenblock „Inhaltliche Besonderheiten“ geht der Beurteilungskatalog auf die, auf der jeweiligen Internetseite angebotenen, Informationen ein. Die Arten der Informationen wie Nachrichten, Spielberichte, Vorberichte, Hintergrundberichte oder Interviews sind dabei die vorrangigen Formate. Neben der Form der Bereitstellung der Informationen speziell für Kinder ist vor allem die Aktualität der Informationen ein entscheidender Faktor. Denn nichts ist so alt wie die Nachricht von gestern.¹²⁸

Als vorletzter Punkt ist das Angebot der „Interaktivität“ für die Kinder als Kriterium in den Beurteilungskatalog mit aufgenommen worden. Hier wird der Fokus auf das Vorhandensein eines Angebot überhaupt ge-

¹²⁶ vgl. Werner (2006), S. 61.

¹²⁷ vgl. SPORTFIVE-Studie (2007), S.14 und SPORTFIVE-Studie (2005), S.14.

¹²⁸ Sprichwort.

richtet, da viele Internetseiten noch über kein oder nur ein geringes interaktives Angebot für Kinder verfügen. Hierzu können Spiele, die vom einfachen Memory über Bilderrätsel bis hin zu Fußballspielen oder Tippspielen reichen, gehören. Eine andere Art der Interaktivität bieten verschiedene Kommunikationsplattformen. Gerade für die älteren Jahrgänge 12, 13 und 14 Jahr¹²⁹ sind das Austauschen und das Mitteilen von Informationen immer wichtiger werdende Optionen. Dies bringt aber immer stärkere Sicherheitsauflagen mit sich, die man aufgrund des jungen Alters der Zielgruppe bedenken muss.

Am Ende des Beurteilungskatalogs wird der Login-Bereich miteinbezogen. Da ein Login-Bereich bisher nur von wenigen Vereinen auf ihrer Internetseite angeboten wird, beschränkt sich der Beurteilungskatalog auf die Zugangsmöglichkeiten selbst.

5.2. Anwendung des Beurteilungskatalogs

Im Folgenden wurde der erstellte Beurteilungskatalog zur Bewertung des Internetgebots der Kids-Clubs an drei ausgewählter Fußballvereinen angewandt.

5.2.1. 1. FSV Mainz 05

Der 1. FSV Mainz 05 hat auf seiner Homepage zwar eine Kategorie für den Kids-Club. Hier gibt es lediglich allgemeine Informationen und eine Verlinkung zur Kids-Club Internetseite. Die eigentliche Internetseite des Kids-Clubs ist über die Webadresse „www.05er-kidsclub.minimainzer.de“ zu erreichen. Diese Webadresse ist für Kinder eindeutig zu lang. Leicht können sich dadurch Tippfehler einschleichen. Hinzu kommt noch, dass durch die Abwandlung des Vereinsnamens ein weiterer Schwierigkeitsfaktor zum Aufrufen der Internetseite für Kinder entsteht.

¹²⁹ Siehe Kapitel 3.3..

Der Link führt zu einer sogenannten „Splash-Page“. Hier handelt es sich um eine der Startseite vorgeschaltete Seite, die meist zur besseren Orientierung verwendet wird.¹³⁰

Abbildung 6: Splash-Screen-Mainz 05¹³¹



Über den Button „Zur 05er-KidsClub Startseite“ erhält man den Zugriff auf die Startseite des Kids-Clubs.

Abbildung 7: Startseite 05er Kids-Club¹³²



¹³⁰ vgl. <http://nitsche.info/de.pub-2-vorschaltseiten.php>, 09.12.2010.

¹³¹ <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/>, 07.12.2010.

¹³² <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/news>, 07.12.2010.

Sowohl auf der Splash-Page als auch auf der Startseite ist klar zu erkennen, auf welcher Kids-Club Internetseite man sich befindet. Die Vereinsfarben des 1. FSV Mainz 05, rot und weiß, bilden die Grundlage des Layouts. Zusätzlich wird die Wiedererkennung durch das Maskottchen „Johannes“ gesteigert. Auf der Startseite ergänzt das Vereinslogo das Gesamtbild.

Auch die Bezeichnungen der Kategorien sind in den Mainzer Vereinsfarben gehalten. Die Schriftform der Kategorien könnte allerdings vor allem für Leseanfänger eine erste Herausforderung darstellen. Die versetzten und zum Teil unterschiedlich großen Buchstaben erschweren den Kindern das Lesen. Zwar wirkt die Schrift auf mit zunehmendem Alter für die Kinder interessanter, dennoch sollte an dieser die begrenzte Lesefähigkeit der Jüngeren stärkere Berücksichtigung finden.

Positiv zu bewerten ist die Schriftgröße der Kategorien und der Kontrast des Hintergrunds zur Schrift. Durch die Größe ist die Schrift gut zu lesen und durch den ausreichenden Zeilenabstand wird zusätzlich ein verbesserter Überblick über die angebotenen Kategorien gewährleistet. Da rot ohnehin als Signalfarbe gilt, ziehen die Kategorien die Aufmerksamkeit des Betrachters wirkungsvoll auf sich. Unterstützt wird dies durch den weißen Hintergrund, der einen guten Kontrast zur roten Schriftfarbe bildet und die Schrift zusätzlich hervorhebt. Das gleiche gilt für den übrigen Text. Die in diesem Fall schwarze Schrift hebt sich klar vom weißen Hintergrund ab.

Nachteilig ist allerdings, dass man auf der Internetseite ein Stück nach unten scrollen muss, um alle Kategorien lesen zu können. Von den 13 verschiedenen Kategorien auf der Homepage sind beim ersten Aufrufen lediglich zehn sichtbar. Die Kategorien „Auswertung IKJ“, „Weihnachtsfeier“ und „Login“ sind zunächst nicht zu sehen. Ein Teil der News sowie die „Geburtstagskinder“ des Tages fallen hier ganz aus dem Sichtbereich. Um auf diese Informationen zugreifen zu können, ist das Scrollen eine Voraussetzung. Andernfalls bleiben sie für den Nutzer verborgen. Positiv ist für den Nutzer, dass die 13 verschiedenen Kategorien nicht noch einmal unterteilt sind, was die Navigation zusätzlich erleichtert.

Auch wenn für die Bezeichnung der 13 Kategorien keine Icons oder Symbole verwendet werden, sind die verschiedenen Kategorien dennoch leicht zu verstehen. Trotz der Verwendung von Anglizismen wie „News“ und „Events“ bestehen an dieser Stelle keine größeren Verständnisprobleme. Bei den beiden Begriffen handelt es sich um zwei in der deutschen Umgangssprache üblich gewordene Wörter¹³³, obwohl sie immer noch im Fremdwörterbuch von Duden zu finden sind.¹³⁴

Die Internetseite des Mainzer Kids-Clubs besticht vor allem durch eine gute Navigation, die durch die übersichtliche Anordnung der Kategorien erleichtert wird. Beim „Überfahren“ eines Kategoriennamens mit der Maus erkennt der Nutzer sogleich, auf welcher Kategorie er sich befindet, da der jeweilige Kategoriename die Farbe wechselt. Bei der Bestätigung der Auswahl durch einen Mausklick wird der Kategoriename mit einem dezenten roten Rahmen umrandet, wodurch die Navigation zusätzlich erleichtert wird.

Die Orientierung wird zusätzlich durch die inhaltlich treffenden Bezeichnungen der Kategorien verstärkt. Die Kopfzeile mit dem Titel „Die offizielle Homepage des 05er-KidsClubs“ zeigt dem Nutzer jederzeit, dass er sich noch auf der Internetseite des Kids-Clubs befindet und nicht über das Auswählen einer bestimmten Kategorie auf eine externe Internetseite weitergeleitet wurde.

Einen „Home“-Button sucht man auf der Internetseite des Kids-Clubs vergeblich. Nach dem Verlassen der „Splash“-Page befindet man sich sofort im Newsbereich der Homepage. Um zurück auf die Homepage zu gelangen, ist der „Zurück“-Button jederzeit nutzbar. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Übersicht der verschiedenen Kategorien auch bei der Auswahl einer bestimmten Kategorie weiter sichtbar bleibt.

Um die Texte der Homepage beurteilen zu können, wurden zwei verschiedene Texte betrachtet. „Der 05er-KidsClub und ENTEGA feiern Weihnachten international“¹³⁵ spricht Kinder eher weniger an. Der Text

¹³³ vgl. <http://www.vds-ev.de/index>, 8.12.2010.

¹³⁴ vgl. Duden-Fremdwörterbuch (2007), S.296 und S.703.

¹³⁵ vgl. <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/archives/1653>, 09.12.2010.

ist insgesamt sehr lang und erscheint, obwohl er durch Absätze strukturiert ist, für Kinder nicht besonders übersichtlich. Dieser Eindruck wird durch die Schrift, die etwas größer hätte ausfallen können, verstärkt. Zwar ist der Zeilenabstand recht groß gewählt; dies erscheint jedoch zur Sicherstellung einer guten Übersicht nicht ausreichend. Hinzu kommen noch die langen Sätze und der doch teilweise stark verschachtelte Satzbau. Das Lesen und Verstehen eines solchen Textes ist vor allem für jüngere Kinder eine zu große Herausforderung. Im Gegensatz zu den Kategorien ist für den Text eine grundsätzlich gut lesbare Schrift ohne Serifen gewählt worden.

Für Kinder gut lesbare und gut verständliche Texte findet man vor allem unter der Kategorie „Der Expertentipp“. „Kannst du richtig Fahrrad fahren?“¹³⁶ ist ein Text, der nicht nur die Kinder direkt anspricht. Vor allem durch angemessene Textlänge, kurze Sätze, einfachen Satzbau und den Verzicht auf Fremdwörter überzeugt dieser Text. Dennoch enthält der Text für die Kinder wichtige Hintergrundinformationen zum vorgestellten Thema.

Wie erwähnt sind Kinder vor allem an Fotos und Bildern interessiert. Eine Bildergalerie ist nur den Mitgliedern des Vereins vorbehalten, da sich diese im Login-Bereich der Homepage befindet. Dennoch werden zu Präsentation der Texte auch Fotos eingesetzt, allerdings wird mit ihnen im öffentlichen Teil eher sparsam umgegangen.

¹³⁶ vgl. <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/der-expertentip>, 09.12.2010.

Abbildung 8: Beispieltext Homepage Kids-Club Mainz 05¹³⁷



Positiv fällt die absolut ausreichende Größe der Bilder auf. Zudem stellen die Bilder eine gute Ergänzung zum jeweiligen Text dar und verstärken dessen Aussage.

Nach Animationen sucht man auf der Internetseite des Mainzer Kids-Clubs vergeblich. Dafür bietet die Seite einen Videobereich. Als Videos sind kurze Beiträge der letzten Aktionen des Kids-Clubs aufrufbar, aber auch Videos zu allgemeinen Problemthemen wie Alkoholkonsum oder Diebstahl unter Kindern.

Die Aktualität kann nur eingeschränkt bewertet werden, da sie stark von den anstehenden Veranstaltungen und Aktionen rund um den 05er-KidsClub abhängig sind. Zum einen Teil wird die Seite mehrmals pro Woche aktualisiert. Zum anderen sind aber auch Fälle festzustellen, in denen erst nach drei Wochen weitere Informationen auf der Internetseite onlinegestellt wurden. So wurden unter der Kategorie „News“ am 8.11.2010 Informationen auf die Internetseite gestellt, die nächsten Nachrichten folgen in dieser Kategorie aber erst am 30.11.2010. Letzteres betrifft jedoch lediglich den offiziellen Teil der Seite. Nicht vorhanden auf der Internetseite des Kids-Clubs sind Spielberichte, Hintergrundberichte und Vorberichte zu den aktuellen Spielen. Zur Vervollständigung des Angebots haben Kinder die Möglichkeit, sich

¹³⁷ <http://05er-kidsclub.minimainzer.de/archives/1569>, 07.12.2010.

interaktiv auf der Internetseite zu beschäftigen. Unter der Kategorie „Spiele“ gibt es drei verschiedene Spiele für die Kinder als Testversion oder zum Herunterladen. Das bedeutet aber gleichzeitig, dass viele Kinder hier die Hilfe ihrer Eltern benötigen werden und nicht einfach „drauf los spielen können“. Bei den angebotenen Spielen fehlen überdies auch der Bezug zum Fußball und eine genauere Erläuterung über den Inhalt des Spiels.

Einen besonderen Mehrwert für die Mitglieder des Vereins stellt insbesondere der Login-Bereich dar. Der Zugriff erfolgt über die Angabe der Mitgliedsnummer und wird über Mitarbeiter von Mainz 05 freigeschaltet. Um eine größere Sicherheit zu bieten, ist lediglich im Login-Bereich eine Bildergalerie exklusiv für die Mitglieder zugänglich. Dem Onlinestellen von Fotos auf den Internetseiten des Vereins müssen die Erziehungsberechtigten aber trotzdem schon im Vorfeld zustimmen. Durch die Fotos können die Kinder Teilnehmer der verschiedenen Aktionen finden und über eine Nachrichtenfunktion Kontakt mit den anderen Mitgliedern aufnehmen. Aus Sicherheitsgründen wird dieser Bereich des Internetangebots von Mitarbeitern des Vereins kontrolliert. Bei Fragen oder Auffälligkeiten können sowohl die Kinder als auch die Eltern die zuständigen Mitarbeiter des Vereins über eine angegebene E-Mailadresse erreichen.

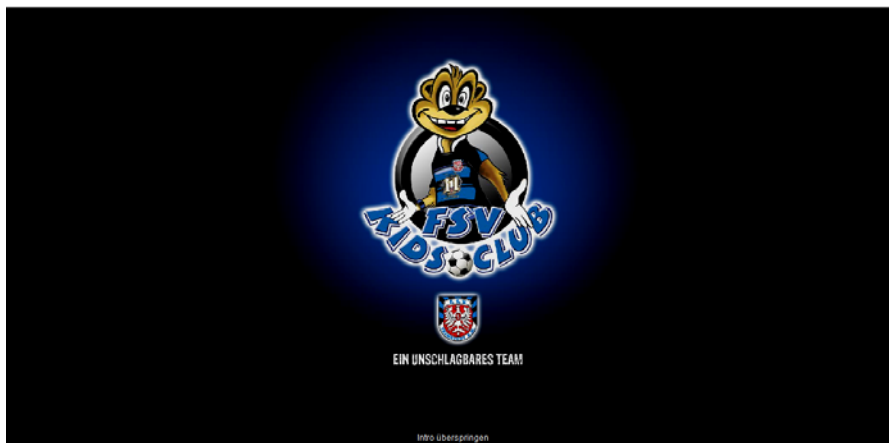
Insgesamt ist die Internetseite des Kids-Clubs des 1. FSV Mainz 05 eine sehr gut strukturierte und übersichtliche Homepage, die viele Interessensgebiete der Kinder abdeckt. Dennoch ist sie noch ausbaufähig, da insbesondere Hintergrundinformationen zur Mannschaft und Informationen zu den Fußballspielen selbst fehlen. Kindergerecht aufgearbeitet könnten Interviews und Spielberichte das Angebot der Seite abrunden.

5.2.2. FSV Frankfurt 1899

Der FSV Frankfurt hat ebenso wie der 1. FSV Mainz 05 eine eigenständige Internetseite für seinen Kids-Club, die zum einen über die Homepage der Vereinsseite zu erreichen ist. Hierfür muss der Nutzer

auf das Logo des FSV Kids-Clubs klicken. Zum anderen ist die Internetseite über die Webadresse „www.fsv-kidsclub.de“ aufrufbar, woraufhin zunächst eine „Splash“-Page erscheint.

Abbildung 9: Splash-Screen FSV Kids-Club¹³⁸



Auf der „Splash“-Page sowie auf der darauffolgenden Startseite sind die Vereinsfarben Grundlagen des Layouts. Die Vereinsfarben des FSV Frankfurt sind schwarz-blau¹³⁹. Auch das Vereinslogo, der Frankfurter Adler und das Maskottchen „Franky“ sind ein prägender Bestandteil der grafischen Gestaltung der Seite.

¹³⁸ <http://www.fsv-kidsclub.de/cms/index.php?id=970>, 09.12.2010.

¹³⁹ vgl. <http://www.fsv-frankfurt.de/cms/index.php?id=685>, 09.12.2010.

Abbildung 10: Startseite FSV Kids-Club¹⁴⁰



Die Schrift der einzelnen Kategorien ist auch für Leseanfänger gut lesbar. Sie besteht aus Kapitalien und ist serifenlos. Obwohl sie nicht durch ihre Schriftgröße besondere Aufmerksamkeit erweckt, grenzt sie sich durch die verwendeten Großbuchstaben gut von den anderen Schriften ab. Dies erleichtert die Lesbarkeit und Orientierung für die Kinder.

Die Schrift hat eine Art „Graffitistil“, wodurch sie sehr jung wirkt. Dabei sind die Linien der Buchstaben klar zu erkennen. Durch die weiße Schriftfarbe hebt sich diese deutlich vom blauen Hintergrund ab und bildet zu diesem einen guten Kontrast.

Um den Inhalt der gesamten Seite sehen zu können, ist wiederum ein Scrollen nach unten erforderlich. Dies stellt hier aber keinen gravierenden Nachteil dar, weil wesentliche Kategorien auch ohne Scrollen vollständig sichtbar und alle für Kinder wichtigen Optionen ohne Scrollen zu erreichen sind. Lediglich das Auffinden der Sponsoren sowie die Kategorie „Informationen“ erfordern das Scrollen. Die Kategorie „Information“ ist eine Unterkategorie, die unter der Überschrift „Kids Club“ zu finden ist.

¹⁴⁰ <http://www.fsv-kidsclub.de/cms/index.php?id=933>, 09.12.2010.

Die Bezeichnung der Kategorien wird weder durch Icons noch durch Symbole unterstützt. Trotzdem sind die Bezeichnungen der Kategorien für Kinder gut zu verstehen. Es wird vollständig auf Fremdwörter und Anglizismen verzichtet. Insgesamt gibt es auf der Internetseite sieben Kategorien, die auf der linken Seite der Homepage angeordnet sind. Ergänzt werden die Kategorien durch vier Kategorien, die sich unter der Kopfzeile horizontal anordnen. Jedoch findet man zwei von ihnen „Termine“ und „Bildergalerie“ ebenfalls in den Unterkategorien wieder. Die anderen beiden Kategorien „FSV Frankfurt“ und „Community“ bieten eine Verlinkung direkt zur Vereinshomepage bzw. zur Community, die auch von Erwachsenen genutzt werden kann. Im rechten Bereich der Internetseite wird noch eine weitere Auswahlmöglichkeit angeboten. Durch die Betätigung des Buttons „Anmeldung“ gelangt man unmittelbar zum Anmeldungsformular für eine Vereinsmitgliedschaft. Im unteren Bereich der Seite sind noch drei weitere Felder angeordnet: Über „Fan-Shop“ und „FFH-Fußballschule“ wird eine direkte Weiterleitung zur jeweiligen Seite geboten. Diese beiden Kategorien sowie der extra „Anmeldungs“-Button werden durch ein Bild grafisch hervorgehoben. Das letzte Feld im unteren Bereich besteht aus einer extra Auswahlmöglichkeit der bereits bestehenden Kategorien „Franky buchen“, „Termine“ und „Information“.

Die Navigation ist relativ einfach gehalten. Beim „Überfahren“ der Kategorie mit der Maus vergrößert sich die Schrift und färbt sich gleichzeitig gelb. Ist eine Kategorie ausgewählt, so bleibt die Schrift gelb. Hinzu kommt, dass das Maus-Zeichen sich bei Kategorien oder Links, die durch Anklicken ausgewählt werden können, von dem klassischen „Maus“-Zeichen in eine Hand verwandelt. Durch den großzügigen Zeilenabstand zwischen den Bezeichnungen der Kategorien lassen sich die ausgewählten Bereiche gut voneinander trennen, so dass ein gezieltes Auswählen einfach möglich ist.

Unterkategorien befinden sich nicht bei allen Kategorien. Die unter der Fußzeile (untere „Leiste“ der Internetseite) angeordneten Kategorien führen direkt zum entsprechenden Ziel und stellen somit eine Art „Schnellzugriff“ dar. Nur die links angeordneten Kategorien werden teilweise untergliedert. Mit jeweils zwei Unterkategorien wird bei den

Themen „Franky“ und „Spielplatz“ gearbeitet. Die einzige Kategorie, für die gleich fünf Unterkategorien verwendet werden, ist „Kids Club“. Die Auswahl der Unterkategorien folgt einem logischen Konzept und birgt somit keine größeren Überraschungen.

Da der obere Bereich der jeweiligen Internetseite gleichsam als Kopfzeile verwendet wird und stets unverändert bleibt, weiß der Nutzer jederzeit, auf welcher Vereinsseite er sich befindet. Neben dem Maskottchen, dem Vereinslogo und dem Vereinsnamen ist der obere Bereich der Seiten noch durch eine Darstellung des Fußballstadion unterlegt.

Zusätzlich zur „Zurück“-Funktion des Internet-Browsers besteht die Möglichkeit, die Startseite über einen „Home“-Button zu erreichen. Dies erleichtert die Orientierung und Handhabung insbesondere für jüngere Kinder.

Die auf der Homepage verwendeten Texte sind ebenso wie die verwendeten Sätze überwiegend sehr lang. Dennoch ist man um einen einfachen Satzbau bemüht. Positiv fällt ebenso die Vermeidung von Fremdwörtern auf. Die Schrift ist gut zu lesen, jedoch könnte sie etwas größer ausfallen. Durch den kleinen Zeilenabstand wird das Lesen der Texte insbesondere für Schulanfänger unnötig erschwert.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Kinder durch das dargestellte Maskottchen direkt angesprochen werden und die Texte nicht wie klassische Berichte aufgebaut sind, sondern einen erzählenden Charakter haben, was das Beispiel in Abbildung 12 zeigt.

Abbildung 11: Übersicht Textbeispiel FSV Kids-Club¹⁴¹



Abbildung 12: Auszug Textbeispiel FSV Kids-Club¹⁴²

FSV siegt 3:1 in Duisburg

Was ein toller Start in das Wochenende

Hey Kids,

war das nicht ein klasse Start ins Wochenende? Mit 3:1 haben unsere Jungs in Duisburg gewonnen. Nachdem der FSV in Rückstand geriet, hat die Mannschaft von FSV Cheftrainer Hans - Jürgen Boysen eine tolle Moral gezeigt und nicht aufgegeben. Dafür wurde sie mit einem weiteren Sieg und den nächsten 3 Punkten auf dem Konto belohnt. Wir haben jetzt schon 28 Punkte!

Der Reihe nach: Der FSV lief mit einer 4-1-4-1 Formation auf, Samil Cinaz, der seine Gelbsperre abgesessen hatte kehrte ins Team zurück. Edeltechniker Jürgen Gjasula lief wieder im Mittelfeld auf.

Wie im Spiel gegen den VfL Osnabrück waren unsere Jungs gleich druckvoll und liessen den Duisburgern keinen Raum, sodass diese kaum zu ihrem Spiel fanden. Bereits kurz nach Anpfiff erspielte sich Sascha Mölders in Kombination mit Momar N'Diaye die erste klasse Chance für den FSV. Die Hereingabe von N'Diaye konnte Mölders aber nicht im Tor der Duisburger unterbringen. Nur wenige Minuten später wiederholte sich die Szene, diesesmal war Mölders mit der Fußspitze am Ball und konnte ihn an den Pfosten lenken, der Ball ging jedoch nicht ins Tor, sondern sprang wieder heraus.

Es dauerte bis zur 23. Minute, als auch die Zebras zu Ihrer ersten Chance kamen: Stefan Maierhofer sprang im Strafraum von Patric Klandt am höchsten und brachte einen Kopfball gefährlich auf den Kasten unseres Keepers. Mit einem unglaublichen Reflex lenkte Patric den Ball aber noch über die Latte. Wenige Minuten später die gleiche Szene, Maierhofer stieg erneut zum Kopfballduell nach oben und versenkte den Ball dieses Mal unhaltbar im Tor des FSV.

Unsere Jungs haben sich durch diesen kleinen Rückschlag aber nicht aus der Ruhe bringen lassen und spielten weiter ihr Spiel. Dadurch kamen sie auch weiterhin zu Chancen, so ging der Schuss von Mario Fillinger nur knapp am Duisburger Tor vorbei. Nur wenige Minuten später hatte MSV Torwart David Yellidell keine andere Möglichkeit, als den auf sein Tor gebrachten Freistoß nach vorne an die Strafraumgrenze abklatschen zu lassen, wo unser Kapitän Björn Schlicke schon einschussbereit wartete. Per Dropkick verwandelte er daraufhin zum 1:1 Ausgleich.

Nur wenige Minuten später zappelte der Ball wieder im Duisburger Netz. Über einen wunderbar herausgespielten Angriff, eingeleitet durch Jürgen Gjasula, der einen präzisen Pass auf Momar N'Diaye spielte. N'Diaye flankte perfekt auf Sascha Mölders, der mit der Innenseite vollstreckte. Unglaublich der FSV hatte das Spiel gedreht!

¹⁴¹ [http://www.fsv-kidsclub.de/cms/index.php?id=964&tx_ttnews\[tt_news\]=5657&tx_ttnews\[backPid\]=939&cHash=a9b5cad6ce50383bcc37e31321777212](http://www.fsv-kidsclub.de/cms/index.php?id=964&tx_ttnews[tt_news]=5657&tx_ttnews[backPid]=939&cHash=a9b5cad6ce50383bcc37e31321777212), 09.12.2010.

¹⁴² ebd.

Die Texte sind beim FSV Frankfurt unter der Kategorie „Neuigkeiten“ zu finden und werden jeweils mit passenden Bildern versehen. Der aktuellste Text befindet sich gleich auf der Startseite, wo das dazugehörige Bild und die Überschrift zum Lesen einladen. Obwohl sich die Bilder nicht vergrößern lassen, tut dies dem Internetauftritt keinen Abbruch, da die verwendeten Bilder eine ausreichende Größe aufweisen.

Einen weiteren Mehrwert des Internetauftritts stellt eine Bildergalerie dar, die über den „Schnellzugriff“ im oberen Bereich der Seite aufgerufen werden kann.

Im rechten, unteren Bereich der Internetseite ist das Maskottchen „Franky“ im Layout der Startseite integriert. In diesem Teil der Seite ist eine Animation mit eingefügt. „Unter“ dem Bild des Maskottchens werden in einer „Diashow“ verschiedene Begriffe, die den Charakter des Maskottchens beschreiben abgespielt.

Videos, die sich speziell an Kinder richten, sind auf der Internetseite des FSV Kids-Clubs nicht zu finden.

Die „Neuigkeiten“ auf der Homepage werden wenigstens einmal in der Woche aktualisiert. Die Kinder können unter „Neuigkeiten“ Spielberichte, Vorberichte zu Aktionen sowie verschiedene Hintergrundinformationen zum Verein erhalten. Zu den zusätzlich angebotenen Informationen gehören zum Beispiel Neuigkeiten zur Austragung der WM oder Besonderheiten, die den FSV Frankfurt betreffen.

Unter der Kategorie „Spielplatz“ werden neben einer Bildergalerie auch Spiele angeboten. Zum aktuellen Zeitpunkt¹⁴³ besteht die Auswahl aus zwei Spielen, einem „Torwandschießen“ und einem „Elfmeterschießen“. Zudem werden neue Spiele für diesen Bereich angekündigt.

Für die Kinder bestehen zwei Möglichkeiten, mit dem FSV Frankfurt in Kontakt zu treten. Zum einen besteht die Möglichkeit dem Maskottchen „Franky“ eine E-Mail zu schreiben. Jedoch muss hier ein direkter Kontakt zu einem E-Mailserver hergestellt werden. Zum anderen besteht

¹⁴³ Letzter Zugriff am 09.12.2010.

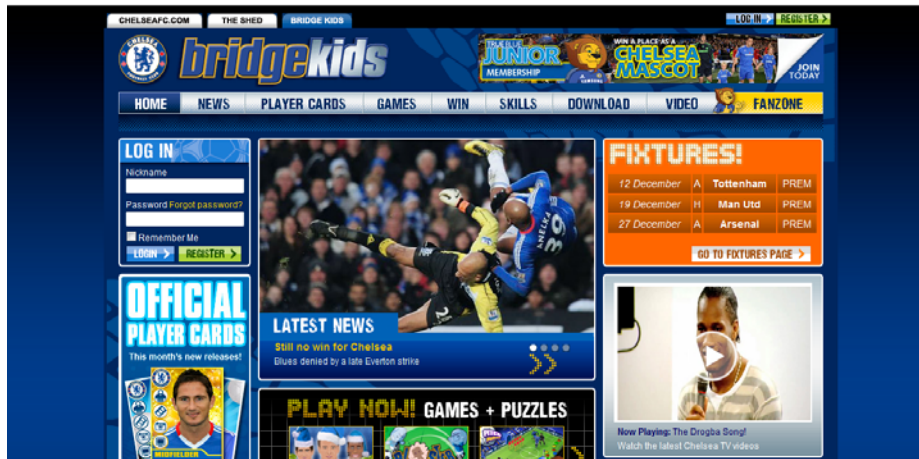
die Möglichkeit, zu diesem Zweck das Gästebuch zu nutzen. Es bietet für jeden Nutzer der Internetseite die Option, ein direktes Feedback zu hinterlassen. Wie bereits vorstehend erwähnt, gibt es für Kinder auch einen Zugriff auf die Community. Die Community ist ein Forum für FSV Frankfurt-Fans. Um sich einloggen zu können, ist die Mitgliedschaft im FSV Frankfurt erforderlich. Für Kinder ist in diesem Forum ein eigener Bereich eingerichtet. Sie können aber auch Kommentare zu den sich an Erwachsene richtenden Themen verfassen. Für den Zugang zu der Community wird die Login-Funktion benutzt. Für die Kids-Club-Seite wird aber nicht von dieser Gebrauch gemacht.

Zusammenfassend ist der Internetauftritt des FSV Kids-Club für fußballbegeisterte Kinder als positiv zu bewerten. Den Kindern werden viele Informationen zum sportlichen Geschehen übermittelt, aber auch das interaktive Angebot kommt nicht zu kurz.

5.2.3. FC Chelsea

Der FC Chelsea bietet seinen kleinen Fans ebenso wie die Mehrzahl der Bundesliga-Vereine die Möglichkeit, Mitglied in ihrem Kids-Club, den „Bridgekids“ zu werden. Die Internetseite ist zum einen direkt über die Homepage des FC Chelsea zu erreichen. Ein separater Reiter im oberen Bereich der Internetseite des Vereins führt auf die Seite der „Bridgekids“. Zum anderen kann die Internetseite des Kids-Clubs auch direkt über die Webadresse „<http://bridgekids.chelseafc.com/>“ aufgerufen werden. Die Webadresse ist allerdings recht lang, was Kindern als Nutzern Schwierigkeiten bereiten könnte. Da kürzere Varianten der URL jedoch schon von anderen Anbietern eingetragen sind, sind die Möglichkeiten einer kürzeren Webadresse begrenzt.

Abbildung 13: Startseite Bridgekids (Kids-Club FC Chelsea)¹⁴⁴



Die Vereinsfarben des FC Chelsea sind Blau-Weiß, wobei auf der Homepage vor allem das Blau dominiert und das Weiß für die Schrift oder zur Hervorhebung einzelner Bereiche eingesetzt wird (siehe Abbildung 13). Sowohl das Vereinswappen als auch das Maskottchen „Stamford the lion“ verdeutlichen die Zuordnung der Homepage des Kids-Clubs zum Verein. Das Maskottchen ist ebenso im oberen Bereich der Seite als auch in der darunter angeordneten Menüleiste dargestellt.

Die Schrift ist der vom FSV Frankfurt verwendeten Schrift sehr ähnlich. Es handelt sich hierbei um eine Schrift mit Kapitalen und ohne Versalien. Die Blockbuchstaben sind grafisch durch den verwendeten Graffiti-Stil der jungen Zielgruppe angepasst. Die Schrift ist dennoch für Kinder der ersten Klasse, die gerade das Lesen lernen, gut erkennbar und lesbar. Sie setzt sich klar vom Hintergrund ab, da die Menüleiste sich durch die weiße Einfärbung einerseits vom blauen Hintergrund abhebt und gleichzeitig durch die blaue Schrift der Rubriken ein guter Kontrast zur weißen Menüleiste entsteht.

Die Fülle des auf der Internetseite unterbreiteten Angebots macht es erforderlich, dass die Kinder auf der Seite nach unten scrollen müssen, um bestimmte Funktionen und Rubriken aufrufen zu können, beispielsweise um an einer Abstimmung teilnehmen zu können. Andere

¹⁴⁴ <http://bridgekids.chelseafc.com/>, 10.12.2010.

Kategorien oder Themen, die im unteren, nicht ohne Scrollen erreichbaren Abschnitt der Seite dargestellt sind, findet man jedoch zusätzlich als Unterkategorie in der Menüleiste wieder. Die Option, Mitglied des Kids-Clubs zu werden, ist im oberen Bereich der Seite für den Nutzer aufgeführt.

Icons oder Symbole werden nicht verwendet. Lediglich das Maskottchen „Stamford the lion“ ist in der Menüleiste angeordnet und lenkt die Aufmerksamkeit des Betrachters verstärkend auf die Kategorie „Fanzone“.

Insgesamt befinden sich neun verschiedene Kategorien in der Menüleiste. Unmittelbare auswählbare Unterkategorien haben lediglich vier von ihnen. Die „News“ teilen sich in die Unterpunkte „Latest News“, „Match Reports“, „Fixtures“ und „Player Interviews“ auf. Unter der Kategorie „Skills“ lassen sich drei weitere Kategorien, nämlich „Skills Videos“, „Nutrition“ und „Training“ auswählen. Die Auswahl im „Video“-Bereich ist in „Goal of the month“, „Chelsea TV“ und „Kids on Camera“ unterteilt. In der „Fanzone“ ist eine Untergliederung in „Fanzone Drawing“, „Fan Photos“, „Your Emails“, „Membership“ und „Fan Reports“ zu finden.

Da es sich um eine englische Seite handelt, spielt die Verwendung von Anglizismen keine Rolle. Ohnehin sind die Kategorien mit kurzen und prägnanten Wörtern benannt, die in ihrer Bedeutung eindeutig und unmissverständlich sind.

Die Menüleiste befindet sich direkt unter dem oberen, als Kopfzeile ausgebildeten Bereich der Homepage und ist horizontal ausgerichtet. Die einzelnen Kategorien lassen sich gut erreichen, allerdings werden die Unterkategorien in sehr kleiner Schriftgröße angegeben und in einer sehr schmalen Zeile angezeigt, so dass für Kinder die Auswahl erschwert wird. Grafisch setzt sich der ausgewählte Bereich vor allem dadurch ab, dass Hintergrundfarbe und Textfarbe wechseln. Schon beim Bewegen der Maus über das entsprechende Feld verfärben sich die Schrift weiß und der Hintergrund blau. Dies ist ebenfalls bei der Kategorie „Fanzone“ festzustellen. Im nicht aktivierten Zustand heben sich

die Kategorien durch die blaue Schrift mit gelbem Untergrund von den anderen der Kategorie ab.

Ein erleichterter Zugriff zu interessanten und aktuellen Themen zur Mannschaft und den Fußballspielen soll durch verschiedene Felder auf der Startseite gewährleistet werden. Das größte Feld stellt die letzten Neuigkeiten dar. Es befindet sich im Zentrum der Startseite. Durch ein großes Foto und eine Diashow mit wechselnden Informationen zieht es besonders die Aufmerksamkeit des Nutzers der Seite auf sich. Die Auswahl führt den Nutzer direkt auf die Unterkategorie „Latest News“.

Das gleiche gilt für die Unterkategorien „Games“, „Fixtures“, „Match Report“ und „Membership“, die ebenfalls durch ein Feld auf der Startseite präsentiert werden und ausgewählt werden können. Die Themen der Kategorien werden in diesem Fall oft mit Bildern unterstützt. Für die Kategorien „Win“ und „Player Cards“ sind sogar zwei Hauptkategorien hier erneut aufgeführt. Die recht großen Auswahlfelder erleichtern die Navigation. Der stets unverändert bleibende obere, als Kopfzeile dienende Bereich der Internetseite prägt den Internetauftritt und unterstützt die Orientierung. Der Seitennutzer weiß zu jeder Zeit, zu welchem Verein die Internetseite, auf der er sich gerade befindet, gehört. Der „Home“-Button sorgt neben der „Zurück“-Funktion dafür, dass man von jeder Seite auf einfache Weise wieder auf die Startseite zurück gelangen kann.

Die Texte auf der Kinder-Seite des FC Chelsea fallen durch kurze Sätze und einen einfachen Satzbau positiv auf. Die Texte sind insgesamt kurz gehalten. Fremdwörter oder weniger geläufige Wörter werden gegebenenfalls erläutert. Ein Beispiel hierfür zeigt die Abbildung 14. Die Schrift ist serifenlos und auch für Leseanfänger gut lesbar. Hilfreich wäre die Verwendung einer größeren Schrift, die die an sich auch für Kinder gute Lesbarkeit und Übersichtlichkeit noch zusätzlich unterstützen würde.

Abbildung 14: Beispiel Text Bridgekids¹⁴⁵



STILL NO WIN FOR CHELSEA

06/12/2010

Everton scored a late equaliser at Stamford Bridge to deny Chelsea the victory, as we drew 1-1 on Saturday.

The draw means we haven't won in our last four Premier League outings, and we're now third in the table behind Arsenal and Manchester United.

Our skipper John Terry was back from injury and he nearly gave us the lead when his shot hit the bar. We managed to get in front just before the break as Didier Drogba slammed in a penalty.

We couldn't hold on to our lead in the second half as Everton scored late on. Tim Cahill knocked the ball back to striker Jermaine Beckford who scored from close range.

Blues' manager, Carlo Ancelotti, said he was disappointed in his team's performance, but that we shouldn't lose focus. 'The first half was very good football,' he said, 'but the second half was different. We lost our idea to play football, played long balls and were a bit scared. I didn't like this. We can lose the game, but we don't have to lose our play.'

'We have to stay focused and we have a great opportunity in the next game against Tottenham. One of the best teams at the moment, away, is a great opportunity to show character.'

Auf den Internetseiten des Kids-Clubs „Bridgekids“ sind viele Fotos eingearbeitet, die den Text ergänzen, eine Kategorie veranschaulichen oder aber die Aufmerksamkeit auf eine auswählbare Kategorie verstärken. Im offenen Bereich der Homepage gibt es eine Bildergalerie mit Fotos, die die Kinder selbst an den Kids-Club gesandt haben. Um diese Fotos genauer betrachten zu können, lassen sich die Fotos durch Anwählen vergrößert darstellen. Aber nicht nur für Fotos, sondern auch für selbstgemalte Bilder der Kinder gibt es eine Bildergalerie.

Auf der Startseite gibt es zwei animierte Felder. Zum einen das Hauptfeld mit den „Latest News“, die letzten fünf Neuigkeiten werden über eine Diashow immer wieder eingeblendet. Zum anderen arbeitet auch das Feld „Membership“ mit einer ähnlichen Animations. In diesem Fall

¹⁴⁵ http://bridgekids.chelseafc.com/en-GB/Everton_Home_2010/default.html, 10.12.2010.

wechseln sich zwei verschiedene Grafiken ab. Eine von den beiden zeigt das Maskottchen „Stamford the lion“ und die andere zeigt ein Foto zum Beispiel von einem der Spieler.

Die Angebote im Bereich der Videos sind vielschichtig. Ein Teil der Videos bleibt als Bonusangebot den registrierten Mitgliedern vorbehalten. Unter „Skills“ können aber auch nicht registrierte Kinder Videos zum Thema „besser Fußballspielen“ anschauen. Unter „Chelsea TV“ sind Interviews mit Spielern sowie durchgeführte Aktionen mit dem Maskottchen oder mit Kindern zu finden. Hinzu kommt noch die Wahl des „Tor des Monats“, das von den Kindern gewählt wird. In der Unterkategorie „Kids on Camera“ können sich die kleinen Fans sogar interaktiv in Form von Interviews oder selbst gedrehten Videos an der Gestaltung des angebotenen Videomaterials einbringen.

Die Informationen für die Kinder werden mehrmals pro Woche aktualisiert bis spätestens alle drei bis vier Tage. Neben Hintergrundinformationen, die sich mit den Aktionen und Neuigkeiten speziell für die Kinder befassen, bis hin zu Informationen zur Mannschaft sowie Vorberichten, Nachberichten und Interviews mit den Spielern werden die kleinen Fans über alles Wissenswerte über den Verein unterrichtet.

Der Spielebereich der „Bridgekids“ beinhaltet gleich zehn verschiedene Spiele. Aktuell ist ein Spiel mit Bezug auf das Weihnachtsfest hinzugekommen. Hier wird im Rahmen eines Weihnachtsessens versucht, Gemüse auf die Teller der Chelsea Spieler zu katapultieren. Für jeden Treffer werden dabei Punkte vergeben. Die anderen Spiele haben ebenfalls entweder einen Bezug zum Fußball im Allgemeinen oder zum FC Chelsea im Besonderen. Als Beispiele seien an dieser Stelle eine Art Flipper, das Sammeln von Punkten in einem Labyrinth, die Bewältigung eines Hindernisparcours oder auch ein einfaches Elfmeterschießen genannt. Den Kindern wird somit eine große Auswahl unterschiedlicher Spiele angeboten jedoch ist hier ein Teil der Spiele nur im geschlossenen Bereich nutzbar.

Des Weiteren gibt es auch Gewinnspiele. Zum einen durch die im Spie-

lebereich erzielten Bestwerte¹⁴⁶, zum andern aber auch über extra aus-
geschriebene Gewinnspiele wie das Einsenden von Fotos oder selbst
gemalter Bilder zu einem bestimmten Thema oder aber einfach durch
das Zusenden einer E-Mail. Die Gewinnspiele sind allerdings den re-
gistrierten Mitgliedern vorbehalten. Eine weitere interaktive Möglichkeit
bietet eine Abstimmungen beispielsweise zu der Frage „Auf welches
Spiel freust du dich am meisten?“¹⁴⁷.

Als Kommunikationsmöglichkeit mit dem Kids-Club wird den Kindern
lediglich eine E-Mailadresse zur Verfügung gestellt. Weder ein Gäste-
buch noch ein Forum sind auf der Homepage im frei zugänglichen Be-
reich zu finden.

Zusammenfassend handelt es sich bei dem Internetauftritt des Kids-
Clubs „Bridgekids“ um einen sehr umfangreichen Internetauftritt für Kin-
der. Sowohl durch die Fülle an Informationen und als auch durch die
angebotenen interaktiven Möglichkeiten sowie die gute grafische Ges-
taltung wirkt die Internetseite sehr gut durchdacht.

5.3. Beobachtungsresümee mit den sich auftuenden Grenzen

Die drei untersuchten Beispiele aus der 1. und 2. Bundesliga sowie aus
der englischen Premier League fallen durch unterschiedliche Beson-
derheiten auf. Teilweise sind die Schwerpunkte anders gewählt oder
aber anders umgesetzt worden. Für einen Überblick, welche Themen-
bereiche besonders positiv aufgefallen sind, wird im Folgenden eine
kurze Zusammenfassung gegeben. Der Schwerpunkt liegt dabei auf
den Beurteilungskriterien, die auf der jeweiligen Internetseite beson-
ders modern oder aber als sinnvolle Ergänzung des Internetangebots
im Vergleich zu anderen Seiten erscheinen. Die Grundlage hierfür bil-
den die Ausführungen gemäß der Ziffern 5.2.1. bis 5.2.3..

¹⁴⁶ Es gibt eine Highscoreliste.

¹⁴⁷ vgl. <http://bridgekids.chelseafc.com/en-GB/home/default.html>, 10.12.2010.

Daran anschließend soll das Thema „Internetseiten für Kinder“ kritisch beleuchtet werden. Dazu sind auch die rechtlichen Grenzen zu berücksichtigen. Überdies soll ein Ausblick gegeben werden, worin im Falle des HSV Kids-Club eine sinnvolle Ergänzung des bisherigen Angebots im Internet bestehen könnte.

Um die Struktur der Arbeit beizubehalten, wird zunächst auf die Internetseite des Kids-Clubs vom 1. FSV Mainz 05 eingegangen. Der Internetauftritt besticht durch eine gute Übersicht und viele Informationen zum Kids-Club. Die detaillierte und aktuelle Präsentation der verschiedenen Aktionen hält die Kinder stets auf dem Laufenden und sorgt dafür, das Interesse an einer aktiven Teilnahme zu wecken. Besonders positiv fällt der Login-Bereich auf, der zum einen eine Bildergalerie zur Verfügung stellt und zum anderen für die Kinder die Möglichkeit bietet, sich gegenseitig Nachrichten zu senden. Der Login-Bereich ist auf diese Weise nicht nur ein Mehrwert für die Mitglieder, sondern bietet zudem eine größere Sicherheit für Eltern und Kinder.

Als Verein aus der 2. Bundesliga ist der Kids-Club Internetauftritt des FSV Frankfurt sehr umfangreich und überbietet sogar das Angebot vieler 1. Liga-Vereine. Zudem ist diese Internetseite sehr übersichtlich und vor allem die Schrift der Kategorien macht es für die Kinder leicht, die Wörter zu verstehen und sich zu orientieren. Bemerkenswert ist hier auch die Aktualität, die sich nicht nur auf die Aktionen des Kids-Clubs beschränkt, sondern sich in gleicher Weise auf die Spielberichte und weiteren Informationen rund um die Mannschaft und den Fußball erstreckt. Zusätzlich gibt es für die Kinder ein Gästebuch und eine für Kinder zugängliche Community mit einer zusätzlichen Kommentarfunktion.

Als Vertreterin aus dem Ausland beinhaltet die Internetseite der „Bridgekids“ des FC Chelsea ein sehr großes Angebot. Hervorzuheben sind nicht nur die Anzahl der Angebote, sondern auch das damit abgedeckte breite Themenspektrum. Auf diese Weise werden gleich mehrere Altersgruppen von Kindern angesprochen. Die Spielberichte sind alle aktuell und hinsichtlich Umfang und Sprache für Kinder sehr gut geeignet. Die zahlreichen Videos zu verschiedenen Themen, sowie die gro-

ße Auswahl an Spielen lädt Kinder dazu ein, mehr Zeit auf der Internetseite zu verbringen. Darüber hinaus gibt es noch einen Login-Bereich, der Mitgliedern einen Mehrwert zur Verfügung stellt. Die Kinder bekommen im offenen Bereich einen Vorgeschmack auf den internen „Raum“ geboten, der unter anderem mit Gewinnspielen lockt.

Insgesamt bieten nur wenige der Kids-Clubs einen Login-Bereich oder ein Forum oder gar einen Chat an. Im Login-Bereich wird die Sicherheit vor allem durch die Login-Voraussetzungen gewährleistet. So ist dieser Bereich im Regelfall nur für Mitglieder zugänglich, so dass die Richtigkeit der angegebenen Daten überprüft werden kann. Erst danach wird ein Passwort zugesendet oder aber der Account freigeschaltet¹⁴⁸. Hinzu kommt noch, dass der Zugriff auf den Login-Bereich durch die Eltern im Vorfeld genehmigt werden muss. „Bei Mainz 05 gehört auch die Freischaltung der Fotos für die Bildergalerie dazu“, erklärt Torsten Richter, Pressesprecher des 05er-KidsClubs.¹⁴⁹ Bei Kindern gilt ebenso das Recht aufs eigene Bild, was aufgrund der beschränkten Rechtsfähigkeit unter die Verantwortung der Eltern fällt.¹⁵⁰ Im Allgemeinen wird viel Wert auf die Sicherheit der Daten gelegt, da diese insbesondere bei Minderjährigen geschützt werden müssen.

Insbesondere sollen die Kinder vor jugendgefährdenden Inhalten geschützt werden. Die genaue Definition hierzu findet sich im Jugendschutzgesetz (JuSchG) sowie im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Eine stetige Kontrolle ist von Seiten der Kids-Clubs demnach unerlässlich, was durch die Mitarbeiter der Kids-Clubs zu gewährleisten ist¹⁵¹.

Nicht nur im Inland sondern auch im Ausland ist der Schutz der Kinder und Jugendlichen ein wichtiges Thema. So ist bei Chelsea in der „Privacy Policy“¹⁵² geregelt, dass die Kinder ohne Zustimmung der Eltern

¹⁴⁸ Telefoninterview mit Svenja Schlenker von Borussia Dortmund und Torsten Richter von FSV Mainz 05 vom 06.12.2010.

¹⁴⁹ Telefoninterview vom 06.12.2010.

¹⁵⁰ vgl. § 22 KuG (Kunsturheberrechtsgesetz).

¹⁵¹ vgl. Umfrage Rot-Weiß Oberhausen.

¹⁵² vgl. <http://bridgekids.chelseafc.com/en-GB/privacy-policy/default.html>, 11.12.2010.

keinen Zugang zum Login-Bereich erhalten. Jede Handlung der Kinder wie z.B. auch eine Änderung der eigenen Daten muss von den Eltern bestätigt werden.

Einen Chat für die kleinen Fans so sicher wie möglich zu gestalten, setzt eine Moderation des Chats voraus¹⁵³. Dies bedeutet, dass während der gesamten Zeit ein Erwachsener „Online“ sein muss, um die Gespräche zu verfolgen und im Falle eines Fehlverhaltens oder einer Auffälligkeit einschreiten zu können. Aufgrund der Personal- und Zeitintensität ist dies nur umzusetzen, wenn eine entsprechende finanzielle Ausstattung des Kids-Clubs vorhanden ist. Eine Alternative dazu wäre ein zeitlich begrenzter Chat¹⁵⁴.

5.4. Handlungsoptionen für den HSV Kids-Club

Die exemplarisch näher betrachteten Internetangebote der 3 Vereine und die Berücksichtigung der rechtlichen Aspekte zeigen auf, auf welche Weise der Kids-Club des HSV seinen Internetauftritt weiter ausbauen könnte.

Ein Großteil der Vereine konzentriert ihre Informationen auf die Aktionen ihres Kids-Clubs. Dieser Teil spielt auch eine wichtige Rolle. Auf diesem Weg erfahren die Kinder alle Neuigkeiten über das Angebot des HSV Kids-Clubs. Außerdem haben sie dadurch die Möglichkeit sich selber in den Nachberichten wieder zu erkennen.

Allerdings gibt es hier für die Kinder keine Informationen zum sportlichen Geschehen ihrer Fußball Bundesligamannschaft. Dabei sind Kinder am aktuellen Spielgeschehen ebenso interessiert wie die Erwachsenen, auch wenn sie nicht die gleiche Menge an Informationen auf einmal verarbeiten können. Hierfür fehlt ihnen noch die Konzentration. Aus diesem Grund sollten die Vor- und Nachberichte sowie Hinter-

¹⁵³ Vgl. Werner (2006), S.24.

¹⁵⁴ Ebd., S.116.

grundinformationen speziell für Kinder aufgearbeitet werden. Das bedeutet, dass sowohl die Sätze, als auch die gesamten Texte eher kurz gehalten werden müssen. Genauso ist sprachlich auf einen einfachen Satzbau zu achten. Kinder finden es genauso spannend neben den „herkömmlichen“ Berichten einmal hinter die Kulissen blicken zu können. „Was macht ein Petric kurz vor dem Spiel? Oder wer sitzt neben wem im Mannschaftsbus?“ Über „Twitter“ können Erwachsene einen Einblick in die für sie unbekannte Welt erhalten. Für Kinder erschließt sich dieser Bereich noch nicht. Dabei bestünde für sie so die Möglichkeit, „direkt“ bei der Mannschaft zu sein. Überdies bedeutet es eine zusätzliche Bindung der Kinder an den Verein. Ein weiterer Vorteil bei den Texten, die über Twitter veröffentlicht (getwittert) werden, ist die Kürze. Diese lässt mit wenig Aufwand eine Nutzung für Kinder zu. Auch die über das Facebook-Profil des HSV geschriebenen Texte entsprechen diesen Anforderungen und können so einfach auf die sprachlichen Erfordernisse der Kinder angepasst werden. Vorteilhaft ist bei beiden Medien (Twitter und Facebook), dass die Texte des Öfteren mit Bildern untermauert werden, was für das kindliche Verständnis hilfreich ist.

Um Kinder für einen längeren Zeitraum interaktiv an eine Internetseite zu binden, sind Spiele ein wichtiger Bestandteil. Auf den Seiten der anderen Vereine findet man vor allem Puzzle, Memory oder Bilderrätsel. Der Bezug zum HSV lässt sich bei solchen Spielen leicht durch Bilder der Spieler herstellen. Bei Memory kann zum Beispiel mit den Bildern der Autogrammkarten gearbeitet werden. Einerseits könne man hier mit nur zwei gleichen Fotos arbeiten, andererseits können aber auch eine Rückennummer und ein Foto ein Pärchen darstellen, wodurch der Schwierigkeitsgrad erhöht wird. Die Auswahl der Puzzlemotive kann von Portrait- bis Spiel- über Mannschaftsfotos reichen.

Bei den Bilderrätseln gibt es ebenso verschiedene Variationsmöglichkeiten. Die Bilder können verschwommen, unvollständig oder aber fehlerhaft mit einem richtigen Vergleichsbild angezeigt werden.

Insbesondere die Seite vom FC Chelsea zeigt bei den Spielen eine große Vielfalt und trotzdem steht der Bezug zum Fußball im Mittel-

punkt. Diese Spiele gestalten sich jedoch als sehr aufwendig. Beim Spielangebot ist es allgemein schwierig, mit wenig Aufwand Kindern ein abwechslungsreiches Angebot zu bieten. Ein einzelnes Spiel ist auf die Dauer nicht genug, sondern in regelmäßigen Abständen wird etwas Neues erwartet. In welchem Zeitraum eine Erneuerung sinnvoll wäre, müsste nach Einführung beobachtet werden.

Im Spielbereich besteht die Möglichkeit, über die Login-Funktion einen besonderen Mehrwert für die HSV Kids-Clubs Mitglieder zu schaffen. Aufgrund der Komplexität der Spiele wäre es sinnvoll, diese komplett oder teilweise nur für die Mitglieder zugänglich zu machen. Dies wäre ein weiterer Bonus für ein HSV Kids-Club Mitglied. Vor allem zur Einführung der Spiele und um das Interesse auf Seiten der Mitglieder zu testen, wären Spiele ausschließlich im Login-Bereich sinnvoll.

Insgesamt wären für den Login-Bereich Gewinnspiele gut geeignet. Sie stellen eine Bereicherung für die Mitglieder dar, weil die Kinder sich dadurch zusätzlich mit dem HSV auseinandersetzen können. Neben Mal- und Fotowettbewerben wäre die „Wahl des Tor des Monats“ eine weitere Ergänzung in diesem Bereich. Dafür wäre eine Vorauswahl von drei bis vier Toren denkbar, um insbesondere jüngeren Kindern eine Entscheidungshilfe zu geben. Bei Gewinnspielen sollte darauf geachtet werden, dass die Eltern ihre Zustimmung zur Teilnahme geben.

Ein weiteres interessantes Thema für den Internetauftritt des HSV Kids-Clubs ist die Einbindung von Videos speziell für Kinder. Für Erwachsene gibt es auf der Homepage des HSV (www.hsv.de) eine extra Rubrik „HSV-TV“. Hier können die Nutzer über eine Login-Funktion zusätzliches Videomaterial einsehen. Allerdings ist der Erwerb eines Abos erforderlich.

Zum Teil könnten vereinzelte Interviews, kurze Spiel- oder Hintergrundberichte direkt für einen Login-Bereich des HSV Kids-Clubs genutzt werden. Je nach Video wäre die Anpassung des Textes an die Sprache der Kinder noch eine wünschenswerte Veränderung um die Eignung für Kinder zu optimieren.

Neben den sportlichen Themen könnten auch interaktive Videos wie eine Malanleitung für Dino Hermann oder je nach Jahreszeit ein Video zum Thema „Wie bastele ich meinen HSV-Osterhasen?“ oder ähnliches erstellt werden. Dies müsste speziell für Kinder angefertigt werden, bietet aber eine hohe Flexibilität der Themenwahl.

Um auch im Videobereich den direkten Bezug zum HSV Kids-Club beizubehalten, wären kurze Videoberichte zu den Aktionen eine gute Ergänzung zu den bereits bestehenden Informationen.

Als Alternative zum Chat oder zu einem Forum wäre nach dem Vorbild des Kids-Clubs vom 1. FSV Mainz 05 das Versenden von Nachrichten im Login-Bereich denkbar. Der HSV hätte auf diese Weise eine Kontrollmöglichkeit und die Kinder könnten dennoch Kontakt miteinander aufnehmen. Für die älteren Kinder (12, 13, 14 Jahre), für die dieser Bereich vorwiegend interessant ist, bietet der HSV bereits über Facebook oder aber SchülerVz eine Plattform, die das Bedürfnis nach Kommunikation deckt. Aus diesem Grund wäre ein normaler Chat- oder Forumsbereich für Kinder an dieser Stelle überpräsentiert. Die Nachrichtenfunktion wäre somit eine gute Möglichkeit die HSV Kids-Club Mitglieder „unter sich“ in Kontakt treten zu lassen und mit, bei Kids-Club Aktionen neu gewonnen Freunden, ins Gespräch zu kommen.

Um eine größere Sicherheit zu gewährleisten ist der Login über die Mitgliedsnummer ein guter Weg. Die Mitgliedsnummer stellt eine große Individualität dar und kann kaum verwechselt werden. Für die Registrierung im Login-Bereich sollte gleich mit dem Anmeldeformular zur Mitgliedschaft oder aber vor der Zusendung des Passwortes eine Genehmigung der Eltern eingeholt werden. Das Passwort kann daraufhin per E-Mail zugesandt werden. Gleichzeitig kann mit der Bestätigung der Eltern die Erlaubnis eingeholt werden, dass die Kinder Nachrichten verschicken dürfen. Lediglich für die einzelnen Gewinnspiele wäre eine extra Zustimmung sinnvoll.

Der Internetauftritt wäre damit umfangreicher und könnte dadurch eine größere Zielgruppe ansprechen. Die Aktualität der Informationen spielt dabei insgesamt eine große Rolle. Nur so können Kinder mehrmals

und für einen längeren Zeitraum an die Internetseite des Kids-Clubs gebunden werden.

6. Fazit

Die vorliegende Bachelorarbeit hat das Ziel Beurteilungsmöglichkeiten für bereits bestehende Internetseiten der Fußball-Kids-Clubs zu erstellen und in Folge dessen für den HSV Kids-Club einen Ausblick auf das zukünftige Angebot, sowie eine Eignung der Seiten für Kinder zu geben.

Zur Realisierung dieses Forschungsauftrags wird zunächst auf das Angebot des HSV Kids-Marketings eingegangen, um im Anschluss daran den HSV Kids-Club zu betrachten. Mit Hilfe der KIM- und JIM-Studien wird im darauffolgenden Kapitel das Potenzial des Internets aufgezeigt, um somit die zunehmende Bedeutung des Internets für Kinder zu verdeutlichen. Inwiefern dieses Potenzial derzeit von den Kids-Clubs genutzt wird, zeigt der Überblick über die 1. und 2. Bundesliga, sowie der englischen Premier League. Auf dieser Grundlage wird ein Katalog erarbeitet, der die wichtigsten Kriterien für Kinder zusammen fasst. Der 1.FSV Mainz 05 aus der 1. Bundesliga, der FSV Frankfurt 1899 aus der 2. Bundesliga sowie der FC Chelsea aus der Premier League dienen dieser Arbeit als Anwendungsbeispiele. Die sich daraus erschließenden Ergebnisse stellen einen Ausblick auf das zukünftige Angebot dar. Gleichzeitig zeigen sich hier für den HSV Kids-Club die bestehenden Möglichkeiten zur Erweiterung des vereinseigenen Internetauftritts auf.

Durch die Betrachtung der Internetseiten aus den verschiedenen Fußballligen und der detaillierten Beurteilung der drei Beispielvereine wird verdeutlicht, dass das Hauptaugenmerk auf der Bereitstellung von Informationen des jeweiligen Kids-Clubs liegt. Insbesondere in der Bundesliga wird von den interaktiven Möglichkeiten, wie Spielen nur begrenzt Gebrauch gemacht. Ebenso wird die Gelegenheit, das Spielgeschehen und Hintergrundinformationen an die Kinder weiter zu geben, nur in seltenen Fällen genutzt wie zum Beispiel beim FSV Frankfurt. Jedoch verlässt man sich hier auf die klassische Form eines Printmediums. Die Option durch bewegte Bilder, sprich Videos, die Informationen für Kinder interessanter zu gestalten, findet kaum statt. In der 1. Bundesliga sind es lediglich drei Vereine (Bayer 04 Leverkusen, SV Werder

Bremen und 1. FSV Mainz 05).

Positiv lässt sich bei allen Vereinen hervorheben, dass sie nicht nur Informationen zum Kids-Club allgemein geben, sondern dass viele Vereine die speziell für Kinder stattfindenden Aktivitäten durch den Internetauftritt gut dokumentieren.

Auffällig ist, dass kein Verein der Bundesliga einen Chatroom oder Forum extra für Kinder anbietet.¹⁵⁵ Diese Tatsache spiegelt sich auch in der Premier League wieder. Dennoch haben die Kids-Clubs der englischen Liga insgesamt eine größere Vielfalt aufzuweisen. Besonderes der Spielbereich ist stärker ausgebaut. Allein neun von zwölf Vereinen stellen ihren kleinen Fans einen solchen Bereich zu Verfügung.

Ein weitere Punkt, dem in der Premier League mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird, sind die Spielberichte. Durch sie wird die Identifikation mit dem Verein erhöht.

In erster Linie stellen diese Aspekte gleichzeitig die Ausbaumöglichkeiten für den HSV Kids-Club dar. Neben Informationen zu den Aktionen des Kids-Clubs wäre eine Ergänzung durch sportliche Berichte wünschenswert. Der HSV kommuniziert bereits über verschiedene Kanäle mit seinen erwachsenen Fans (Homepage, HSV TV, Newsletter, Facebook, Twitter etc.). Die Informationen, die durch diese Kanäle verbreitet werden, müssen vom HSV extra für diese Medien aufgearbeitet werden. Obwohl sich diese an Erwachsene wenden, können die Informationen in abgewandelter Form auch für Kinder genutzt werden. Eine detailliertere Ausführung beinhaltet Ziffer 5.4..

Die Kinder interaktiv mit einzubinden wird über einen Spielbereich ermöglicht. Dies würde gleichzeitig eine neue Zielsetzung der Internetseite darstellen. Für den Spielbereich ist es genauso wichtig wie für alle andere Informationen, dass das Angebot von Zeit zu Zeit aktualisiert wird, um neue Anreize zu schaffen und sich somit das Interesse der Nutzer zu bewahren.

¹⁵⁵ Ausnahme Borussia Mönchengladbach, jedoch gibt es dazu keine näheren Informationen.

Ein Chat oder Forum ist zur Kommunikation auf der Seite des HSV Kids-Clubs nicht erforderlich, da das Interesse lediglich die älteren Jahrgänge (12, 13, 14) betrifft. Diese sind meistens auch auf den Social Media Seiten wie Facebook, StudiVz oder SchülerVz unterwegs, auf denen der HSV bereits aktiv ist. Somit wäre ein Chat oder Forum nur eine Dopplung.

Im Verlauf dieser Arbeit hat sich der Spielbereich als ein detaillierter zu betrachtender Teil herausgestellt. Allerdings lässt die Komplexität dieses Themas eine nähere Beobachtung im Rahmen dieser Bachelorarbeit nicht zu. In Anbetracht der Tatsache, dass Kinder immer früher das Internet nutzen, stellt der Spielbereich einen interessanten Beobachtungsaspekt für die Zukunft dar.

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass die Einbindung von sportlichen Informationen und ein Ausbau der interaktiven Möglichkeiten den Internetauftritt für die Mitglieder des HSV Kids-Clubs sinnvoll ergänzen würden. In welcher Form die beschriebenen Ergänzungen Verwendung finden, hängt letztendlich von den strategischen Überlegungen des Vereins ab.

Literatur- und Quellenverzeichnis

1. Nachschlagewerke:

Dudenredaktion (Hrsg.) (2007): Duden - Das Fremdwörterbuch; Band 5, 9. Auflage, Mannheim-Wien-Zürich.

2. Studien:

JIM-Studie

Feierabend, Sabine/Klinger, Walter Dr. (2004): JIM-Studie 2003: Jugend, Information, (Multi-) Media-Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Baden-Baden.

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas (2005): JIM-Studie 2005: Jugend, Information, (Multi-) Media-Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

Rathgeb, Thomas (2006): JIM-Studie 2006: Jugend, Information, (Multi-) Media-Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

Rathgeb, Thomas (2008): JIM-Studie 2008: Jugend, Information, (Multi-) Media-Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

Rathgeb, Thomas (2010): JIM-Studie 2010: Jugend, Information, (Multi-) Media-Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

KIM-Studie

Feierabend, Sabine/Klinger, Walter Dr. (2003): KIM-Studie 2003: Kinder und Medien-Computer und Internet-Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Baden-Baden.

Feierabend, Sabine/Klinger, Walter Dr. (2006): KIM-Studie 2005: Kinder und Medien-Computer und Internet-Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

Rathgeb, Thomas (2007): KIM-Studie 2006: Kinder und Medien-Computer und Internet-Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

Rathgeb, Thomas (Hrsg.) (2009): KIM-Studie 2008: Kinder und Medien-Computer und Internet-Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest, Stuttgart.

SPORTFIVE-Studie

SPORTFIVE (Hrsg.) (2005): Kinder am Ball, Die Kinder-Fussballstudie 2005. In: SPORTFIVE GmbH & Co. KG, Hamburg.

SPORTFIVE (Hrsg.) (2007): Kinder am Ball, Die Kinder-Fussballstudie 2007. In: SPORTFIVE GmbH & Co. KG, Hamburg.

3. Wissenschaftliche Abschlussarbeiten:

Dieter, Jörg (2007): Webliteralität-Lesen und Schreiben im World Wide Web, Inauguraldissertation, Johann Wolfgang Goethe-Universität zu Frankfurt am Main, Fachbereich Neuere Philologien, 27.11.2006.

Effertz, Tobias (2008): Kindermarketing-Analyse und rechtliche Empfehlungen, Dissertation, Universität Hamburg, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften.

Schmidt, Lars (2006): Kinder als spezifische Zielgruppe im Marketing-Trends, Probleme und Perspektiven, Studienarbeit, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (FH) Leipzig, Studiengang Betriebswirtschaft, Studienschwerpunkt Marketing, 30.11.2006.

Werner, Carsten (2006): Evaluation von Kinderwebsites im Hinblick auf ihre zielgruppenspezifische Eignung, Magisterarbeit, Berlin, Freie Universität Berlin, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

4. Internetquellen:

1.FC Kaiserslautern-Teufelsbande (Kids-Club Homepage):
[<http://www.fck.de/de/fans/teufelsbande.html>, 28.11.2010].

1.FSV Mainz 05-05er-Kidsclub (Kids-Club Homepage):
[<http://05er-kidsclub.minimainzer.de/>, 28.11.2010].

Aston Villa (Kids-Club Homepage):
<http://www.jvlife.co.uk/heroChoice/>, 27.11.2010].

Borussia Mönchengladbach-Junters Welt (Kids-Club Homepage):
[http://juenter.beta.eoa.de/das_erwartet_dich_in_juenters_club/seite/6.htm, 28.11.2010].

BVB Borussia Dortmund-BVB-Kids-Club (Kids-Club Homepage):
[<http://www.bvb-kidsclub.de/>, 28.11.2010].

DSC Arminia Bielefeld-Arminis (Kids-Club Homepage):
<http://www.arminis.de/index.php?id=44>, 29.11.2010.

Heinrich-Heine-Universität (Institut für experimentelle Psychologie):
http://www.uni-duesseldorf.de/home/Fakultaeten/math_nat/WE/Psychologie/abteilungen/ddp/Dokumente/Publications/1997.Musch.Die_Geschichte_des_Netzes.html, 18.11.2010.

FC Augsburg-FCA-Kids (Kids-Club Homepage):
<http://www.fca-kids.de/cms/website.php?id=/index.htm>.,
29.11.2010.

FC Arsenal-Juniorgunners (Kids-Club Homepage):
<http://www.arsenal.com/juniorgunners>, 27.11.2010.

FC Aston Villa- Kids-Club (Kids-Club Homepage):
<http://www.jvlife.co.uk/heroChoice/>, 27.11.2010.

FC Bayern München-Kids-Club (Kids-Club Homepage):
<http://www.fcbayern.telekom.de/kidsclub/start.php>, 28.11.2010.

FC Birmingham-Beaus-Buddies (Kids-Club Homepage):
<http://www.beaus-buddies.com/>, 27.11.2010.

FC Birmingham-Blues-Crew (Kids-Club Homepage):
<http://www.blues-crew.com/>, 27.11.2010.

FC Bolton Wanderers-Juniorwhites (Kids-Club Homepage):
<http://www.juniorwhites.co.uk/news/>, 27.11.2010.

FC Chelsea-Bridgekids (Kids-Club Homepage):
<http://bridgekids.chelseafc.com/>, 27.11.2010.

FC Schalke 04-Knappenkids (Kids-Club Homepage):
<http://www.knappenkids.de/index.php/gaestebuch.html>,
28.11.2010.

FSV Frankfurt- FSV-Kidsclub (Kids-Club Homepage):
<http://www.fsv-kidsclub.de>, 29.11.2010.

Hertha BSC -Kids-Club (Kids-Club Homepage):
<http://www.herthabsc.de/index.php?id=70>, 28.11.2010.

HSV-Dino Hermann (Homepage):
<http://www.hsv.de/hsv-kids/dino/> 28.11.2010.

HSV-Fußballschule (Homepage):

<http://www.hsv.de/hsv-kids/fussballschule/fussballschule-verteilseite/>,
28.11.2010.

HSV-Kindergeburtstag (Homepage):

[http://www.hsv.de/hsv-kids/meldungen/kindergeburtstage/
allgemeine-informationen/](http://www.hsv.de/hsv-kids/meldungen/kindergeburtstage/allgemeine-informationen/), 28.11.2010.

HSV-Kids-Club (Homepage):

<http://www.hsv.de/hsv-kids/kids-club/>, 28.11.2010.

Hamburger SV-Youtube-Kanal:

„Die HSV-Fußballschule begeistert!“ (Imagefilm):
<http://www.youtube.com/hamburgersv#p/search/7/GGzhM5UFMs>,
28.11.2010.

Internet-ABC (Homepage):

<http://www.internet-abc.de/>, 05.12.2010.

ITWissen-Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie:

<http://www.itwissen.info/>, 27.01.2011.

Netplant-Homepage:

<http://www.netplanet.org/www/>, 18.11.2010.

Nitzsche.info (Homepage):

<http://nitzsche.info/de.pub-2-vorschaltseiten.php>, 09.12.2010.

Primeiro-Homepage:

<http://www.primeiro.de/kurs/internet/geschichte.shtml>, 18.11.2010.

Riegler, Tatjana: Wie Fußballklubs aus Kindern die Kunden von morgen machen. Auf: www.haz.de, 17.08.2010,

[http://www.haz.de/Nachrichten/Sport/Fussball/Uebersicht/Wie-
Fussballklubs-aus-Kindern-die-Kunden-von-morgen-machen](http://www.haz.de/Nachrichten/Sport/Fussball/Uebersicht/Wie-Fussballklubs-aus-Kindern-die-Kunden-von-morgen-machen),
20.10.2010.

SC Rot-Weiß Oberhausen-ROW-Kids (Kids-Clubs Homepage):

<http://www.rwo-kids.de/>, 29.11.2010.

SC Paderborn-Kidsclub (Kids-Club Homepage):

<http://www.scpaderborn07.de/kidsclub/283-Start.html>, 29.11.2010.

Verein Deutsche Sprach e.V. (Homepage):

<http://www.vds-ev.de/>, 8.12.2010.

VfB Stuttgart-Fritze-Club (Kids-Club Homepage):

<http://www.fritzeclub.de/>, 28.11.2010.

VfL Bochum-Bobbiklub (Kids-Club Homepage):

<http://www.bobbiklub.de/>, 29.11.2010.

VfL Osnabrück-Lila-Weisse-Bande (Kids-Club Homepage):

http://www.lila-weisse-bande.de/index.php?article_id=43,
29.11.2010.

VfL Wolfsburg-Wölfclub (Kids-Club Homepage):

<http://www.woelfclub.de/>, 28.11.2010.

Wigan Athletics-Juniorstripes (Kids-Club Homepage):

<http://www.juniorstripes.com/>, 27.11.2010.

- Anhang -

Anhang I – Interview mit Jochen Langbein

Hamburg, 26. Oktober 2010

Seit wann gibt es den HSV Kids-Club?

Der HSV Kids-Club wurde am 24. August 2003 gegründet, dass ist gleichzeitig das Geburtsdatum des Maskottchens „Dino Hermann“.

Wie kam es zu der Gründung des HSV Kids-Clubs?

Der HSV hat sich überlegt, dass wir mehr für Kinder machen möchten. Bis dahin gab es natürlich die Möglichkeit normal Mitglied zu werden. Der Hintergrund ist natürlich auch, die Mitgliedschaft für Kinder interessanter zu gestalten und sie schon früh zu binden. Weil man natürlich weiß, dass sich die Kinder im Alter von 5,6 bzw. 7 Jahren ihren Lieblingsverein auswählen und meistens auch dabei bleiben! Deshalb kam die Idee viele verschiedene Angebote für Kinder anzubieten. Wir haben ja auch die HSV-Fußballschule, die auch im Herbst 2003 gegründet wurde.

Hattet ihr Vorbilder? Andere Vereine an denen ihr euch orientiert habt?

Wir sind nicht der erste Kids-Club. Es gab schon, ich glaube Hertha und Bayer Leverkusen. Also vereinzelt gab es das schon bei anderen Vereinen.

Wir arbeiten auch mit SPORTFIVE zusammen. Die Ideen kamen auch ein bisschen von ihnen. Da sie auch mit Hertha zusammenarbeiten, wo es den Kids-Club und ein Maskottchen schon gab. SPORTFIVE hat bei der Ausarbeitung der Ideen mitgeholfen.

Wie sah die Mitgliedschaft zunächst aus? Was hatten die Kinder als Bonus?

Also die Kinder haben die gleichen Boni wie die normalen Mitglieder und dann kommen die gleichen Boni wie sie heute sind hinzu, dass die Kinder ein Willkommenspaket bekommen, dass sie Vergünstigungen bei der Fußballschule bekommen, dass sie ein Schild an der Kids-Club Wand bekommen, das wir verschiedene Aktionen durchführen. Exklusive Sachen wie das Auflaufen, wofür man sich nur als Kids-Club Mitglied bewerben kann.

War es von Anfang an so, dass Auflaufen nur als Kids-Club Mitglied möglich war?

Früher war es so, dass sich dafür Mannschaften bewerben konnten. Und dann habe ich das langsam eingeführt, dass ich dann mal, erst ein Spiel hatte, wo dann Kids-Club Mitglieder auflaufen konnten. Oder mal mit den Schiedsrichtern, irgendwann habe ich dann gesagt, dass es einfach ein sehr wichtiges und bedeutendes Instrument ist um die Kinder eben auch für die HSV zu begeistern. Weil das natürlich alle Kinder machen wollen. Und ich finde halt, dass wenn wir so ein super Produkt haben, dass wir das dann auch für unsere Kids-Club Mitglieder nutzen sollten.

Habt ihr den Kids-Club am Anfang über andere Medien als die HSV Medien publik gemacht? Habt ihr eine Kampagne oder ähnliches durchgeführt?

Wir haben keine große Kampagne gemacht. Sondern es über die HSV Medien kommuniziert und zusätzlich noch über die örtliche Presse.

Also ein Aufruf oder ähnliches?

Ja, also dass es das demnächst geben wird und man sich dann dafür bewerben kann. In der HSV Live hatten wir auch im ersten Jahr, nicht so wie jetzt immer verschiedene Texte, sondern eigentlich fast immer eine von den beiden Seiten mit Anmeldeformular.

Wann wurde der Arbeitskreis des Kids-Clubs ins Leben gerufen? Von wem kam da die Initiative?

Das allererste Mal haben wir uns in Bielefeld getroffen. Da waren glaube ich noch Leverkusen und Wolfsburg dabei, da waren wir zu viert. Dort haben wir uns das erste Mal so ein bisschen ausgetauscht, kennen gelernt und erzählt, was wer so macht und haben uns dann eigentlich relativ schnell überlegt, dass es doch Sinn macht, wenn man sich regelmäßig trifft und das auch größer zu machen. Also damals gab es noch nicht so viele Kids-Clubs. Es sind in den letzten Jahren viele dazu gekommen. Das war so ca. vor 5 Jahren (2005), schätze ich mal.

Was hat sich in der Zeit verändert oder wie haben sich die Themen verändert? Gibt es andere Schwerpunkte?

Am Anfang war es einfach nur Austausch, das jeder erzählt was er macht und das man dann sagt – das find ich cool, das könnte man auch machen. Das ist natürlich heute größer geworden und da hat sich mittlerweile auch die DFL eingeschaltet.

Das die nationalen Treffen auch von der DFL mit organisiert werden und bezahlt werden. Die nationalen Treffen haben wir noch nach Süd-West- und Nord-Ost-Gebieten aufgeteilt, wofür es auch Vertreter gibt. Diese treffen sich noch häufiger um sich einfach auszutauschen. Da werden dann zwar auch die klassischen Sachen besprochen, aber natürlich auch größere Themen wie die Aktionswoche, die wir dieses Jahr das erste Mal gemacht haben. Wo dann alle Kids-Clubs etwas zusammen gemacht haben. Hintergrund war auch das wir einfach zeigen....also das Umfeld vom HSV weiß natürlich, dass es Kids-Clubs gibt, aber um es natürlich etwas größer Publik zu machen, das es die Kids-Clubs gibt und das es schon viele Kids-Clubs gibt und was wir so machen.

Wie siehst du generell das Thema Werbung bei Kids? Hier läuft ja viel über Mundpropaganda. Meinst du, dass man in manchen Bereichen mehr machen sollte? Oder ist das eher schwieriger?

Man muss bei Werbung und Kindern schon sehr vorsichtig sein. Es ist ja auch nicht so viel erlaubt. Zum Beispiel in Schulen ist gar keine Werbung erlaubt. Ich finde auch, dass wenn wir irgendwelche Aktionen machen oder irgendwelche Mailings rausschicken, was wir auch mit Partnern machen, da ist es schon immer wichtig, dass es nicht irgend eine Werbemail oder als Werbung gesehen wird, sondern das die Kinder davon auch immer einen Mehrwert von haben.

Deswegen ist schon Mund-zu-Mund-Propaganda ein wichtiges Thema, gerade im Bereich Kids. Das die Kids einfach ihren Freunden erzählen wenn sie in die Schule kommen - ey, letztes Wochenende war ich in der Fußballschule oder letztes Wochenende war ich mit dem Kids-Club bei einer Auswärtsfahrt, wir waren in Hannover und das war total super. Und das die anderen Kinder dann auch irgendwann sagen, „cool, ich will auch in den Kids-Club! Ich bin mit aufgelaufen usw.“ Also das finde ich schon am wichtigsten. Aber nichts desto trotz machen wir ja auch in der Stadionzeitschrift ein bisschen Werbung. Aber man muss schon, finde ich, vorsichtig sein, dass es nicht richtig als Werbung, sondern eher versteckt ist oder, dass man das anders verpackt. Damit es nicht als Werbung rüber kommt, weil natürlich auch die Eltern immer vorsichtig sind. Sie wollen natürlich nicht, dass ihre Kinder mit Werbung zugemüllt werden. Sondern wenn sie einen Mehrwert daraus sehen, ist das auch ok.

Ein Mehrwert ist ja die Auswärtsfahrt. Seit wann gibt es die?

Die erste Fahrt haben wir nach Wolfsburg gemacht. Das Datum kann ich dir nicht genau sagen, das war vielleicht so vor fünf Jahren. Das zweite Jahr war dann auch nach Wolfsburg, danach kamen dann noch Hannover und Bielefeld dazu und dann Berlin und Bermen. Und Pauli war ja auch geplant. Müssen wir mal schauen, ob wir das vielleicht nächstes Jahr machen.

Wie wurde der Kids-Club aufgenommen? Gibt es da eine Entwicklung, vielleicht auch vom Alter.

Eigentlich kann man die Kinder schon ein bisschen unterteilen. Ein Großteil ist einfach nur Mitglied, die nehmen das ganze zusätzliche Programm gar nicht wahr. Ob die Kinder oder aber die Eltern da keine Lust zu haben, kann ich gar nicht sagen. Sondern für sie ist es einfach ok, wenn sie dann Mitglied sind und ihren Mitgliedsausweis haben und die Stadionzeitschrift bekommen. Und bei den Auswärtsfahrten sieht man schon, klar, es kommen immer mal wieder Neue dazu, aber es ist schon so ein fester Kern. Ein paar Gesichter, die man eigentlich immer wieder sieht! Auch wenn wir natürlich versuchen es allen zu ermöglichen. Wenn sich mehr anmelden, als Plätze zur Verfügung stehen, lösen wir aus und dass wir dann auch schon sagen, die waren schon dreimal mit dabei, die können dann dieses Mal nicht daran teilnehmen oder ein Kind war noch gar nicht dabei, dann muss man auch mal sagen, dann darf das Kind dieses Mal. Wir schauen schon, dass wir viele berücksichtigen. Genauso beim Auflaufen, dass wir schauen wer schon einmal dabei war. Es ist aber schon ein Großteil, der nicht daran teil nimmt, das sieht man auch am Kids-Day. Der Kids-Club hat knapp 10.000 Mitglieder und dort haben sich 600 Kinder angemeldet oder beim Thema Auflaufen. Wo ich denke da würde ich als Kind alles für tun, dass man auflaufen kann und letztendlich erhalten wir dann 500 Bewerbungen. Das ist für uns natürlich auch ok, weil man dann nicht so vielen Absagen muss. Aber man fragt sich natürlich auch, warum die anderen das nicht machen. Interessiert es sie nicht oder bekommen sie das nicht mit.

Liegt das vielleicht auch an der Altersklasse, dass vielleicht viele noch gar nicht Alt genug sind oder wie sieht da die Entwicklung aus? Oder kann man an der Altersstruktur sagen, dass eine Altersklasse besonders vertreten ist?

Das weiß ich jetzt gar nicht so. Ich denke die meisten Kinder sind schon so zwischen 7 und 10 Jahren als. Aber wir gucken schon darauf, dass wir verschiedene Sachen anbieten. Wir machen jetzt zum Beispiel einen Laternenumzug, der ist ja dann eher für die bisschen jüngeren. Und die Auswärtsfahrt ist dann eher für die bisschen Älteren.

Anhang II – Mitgliederstruktur

Mitgliederstruktur: Alter des Eintritts der Kids-Club Mitglieder

(Quelle: Hamburger Sport-Verein e.V., 01.12.2010)

	Eintrittsalter																	Total	Prozent
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Eintritts-jahr	1996	5																5	0,1
	1997	5	3															8	0,1
	1998	4	1															5	0,1
	1999	6																6	0,1
	2000	9					1											10	0,1
	2001	7	3	1	1	1												13	0,1
	2002	5				1		2										8	0,1
	2003	7	3	4	4	9	11	10	24	2								74	0,8
	2004	25	17	11	15	11	18	23	55	86	12							273	2,9
	2005	32	20	14	17	37	39	100	160	175	196	8						798	8,6
	2006	43	24	27	22	26	63	141	201	277	252	217	11					1304	14,1
	2007	95	38	27	37	48	64	136	213	285	253	253	175	12				1636	17,6
	2008	102	69	31	36	48	73	134	188	222	207	197	137	92	6			1542	16,6
	2009	132	83	40	48	51	83	164	269	245	240	192	122	103	87	2		1861	20,1
	2010	114	61	23	31	37	65	152	244	249	201	226	124	106	72	30	2	1737	18,7
	Total	591	322	178	211	269	417	862	1354	1541	1361	1093	569	313	165	32	2	9280	
	Prozent	6,4	3,5	1,9	2,3	2,9	4,5	9,3	14,6	16,6	14,7	11,8	6,1	3,4	1,8	0,3	0,02		

Mitgliederstruktur: Ausländische Wohnorte der HSV Kids-Club Mitglieder

(Quelle: Hamburger Sport-Verein e.V., 01.12.2010)

	Belgien	Dänemark	Frankreich	Luxemburg	Niederlande	Norwegen	Österreich	Schweden	Schweiz	Spanien	Ungarn	USA
Anzahl der Kinder aus dem Land	4	8	2	1	3	5	1	2	10	1	1	4

Anhang III – Umfrage Kids-Clubs

Umfrage zum Internetauftritt der Kids-Clubs in der Fußball-Bundesliga

Name des Kids-Clubs?

Seit wann gibt es in Ihrem Verein einen Kids-Club?

Nach welchem Vorbild wurde er aufgebaut?

Seit wann ist der Kids-Club auch im Internet (auf der Homepage) vertreten?

Hat sich der Internetauftritt in den letzten Jahren verändert? Wenn ja, wie?

Was war Ihr Hauptanliegen bei der Internetpräsenz? (Was sollte die Internetseite vermitteln?)

Welche Inhalte waren Ihnen wichtig?

Welche Bereiche auf der Kids-Club Homepage werden vorrangig genutzt?

Wie lange bleibt ein Nutzer im Durchschnitt auf der Seite?

Haben sich durch den Internetauftritt die Mitgliederzahlen im Kids-Club verändert?

Gibt es ein Feedback von den Nutzern? Welches Angebot wird am meisten genutzt?

Auf welche rechtlichen Einschränkungen mussten im Bezug auf Websites für Kinder besonders geachtet werden?

Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben, die Fragen zu beantworten!

Anhang IV – Beurteilungskatalog

Der erste Eindruck:

- | | | |
|--|-----------------------------|---|
| 1. Ist die Webadresse einfach zu merken? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 2. Ist die Seite in den Vereinsfarben? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 3. Ist das Vereinslogo auf der Seite zu sehen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 4. Ist das Maskottchen im Layout eingebunden? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 5. Ist die Schrift der Kategorien gut zu lesen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 6. Ist die Schrift der Kategorien groß genug? | | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein |
| 7. Setzt sich die Schrift eindeutig vom Hintergrund ab? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 8. Muss gescrollt werden um die vollständige Seite zu sehen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |

Orientierung auf der Seite:

- | | |
|--|---|
| 9. Werden eindeutige Icons oder Symbole zur Verständigung verwendet? | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein |
| 10. Wie viele Kategorien gibt es? | Anzahl: |
| 11. Wie viele Unterkategorien gibt es? | Anzahl: |
| 12. Sind die Kategorien eindeutig benannt? | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein |

Wenn nein, ist unklar?

Erklärung (Fremdwörter, Anglizismen etc.):

- | | | |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| 13. Ist die Navigation auf der Seite selbsterklärend? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 14. Sind die Kategorien einfach zu erreichen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 15. Sind ihre Unterkategorien, verständlich/logisch angeordnet? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 16. Sieht man in den Kategorien und Unterkategorien, auf welcher Seite man sich befindet? | | |

☐ Ja ☐ Nein

- | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| 17. Gibt es einen „Home“-Button? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|

Wichtig für Kinder:

18. Ist der Text verständlich?

- | | | |
|----------------------|--|--|
| - Kurze Sätze: | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| - Einfacher Satzbau: | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| - Fremdwörter: | <input type="checkbox"/> im Text enthalten | <input type="checkbox"/> nicht im Text enthalten |
| - Textlänge: | <input type="checkbox"/> lang | <input type="checkbox"/> kurz |
| - Schriftgröße: | <input type="checkbox"/> groß | <input type="checkbox"/> klein |
| - Schriftform: | <input type="checkbox"/> gut lesbar | <input type="checkbox"/> unleserlich |

19. Was macht die Seite kinderfreundlich:

- | | | |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| 19.1. Gibt es Bilder? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 19.2. Lassen sie sich vergrößern? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 19.3. Passen die Bilder zum Text? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 19.4. Gibt eine extra Bildergalerie? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 19.5. Gibt es Animationen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 19.6. Gibt es extra Videomaterial für Kinder? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |

Wenn ja:

- Von den Aktionen ☐
- Extra Spielbericht ☐
- Interviews ☐
- Sonstiges: _____

20. Ist das Maskottchen im Layout eingebunden? ☐ Ja ☐ Nein

Inhaltliche Besonderheiten:

- | | | | |
|---|----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| 21. Wie aktuell sind die Nachrichten? | <input type="checkbox"/> täglich | <input type="checkbox"/> wöchentlich | <input type="checkbox"/> monatlich |
| 22. Gibt es einen extra Spielbericht für Kinder? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein | |
| 23. Gibt es Interviews? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein | |
| 24. Gibt es einen Vorbericht? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein | |
| 25. Gibt es zusätzliche Hintergrundinformationen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein | |

Wenn ja:

- | | | |
|------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Zu den Spielen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| Zu den Aktionen? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |

Interaktivität:

26. Gibt es Spiele?

☐ Ja ☐ Nein

26.1. Welche?

- Puzzle ☐
- Memory ☐
- Bilderrätsel ☐
- Fußballspiele ☐
- Tippspiel ☐
- Fußballmanager ☐

27. Welche Kommunikationsmöglichkeiten haben die Kinder?

- E-Mail zum Verein ☐
- Gästebuch ☐
- Forum ☐

28. Wie sehen die Sicherheitsvorkehrungen aus?

☐ Sehr sicher ☐ nicht sicher

For-Kids-Only:

29. Gibt es einen Login-Bereich?

- Ja, Für Mitglieder ☐
- Ja, Für Nicht-Mitglieder ☐
- Nein ☐